



СибАК
www.sibac.info

ISSN 2310-4082

**ХІХ СТУДЕНЧЕСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ
НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ**

№ 4 (19)



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

г. НОВОСИБИРСК, 2014



НАУЧНОЕ СООБЩЕСТВО СТУДЕНТОВ XXI СТОЛЕТИЯ. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

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

№ 4 (19)
Апрель 2014 г.

Издается с октября 2012 года

Новосибирск
2014

УДК 33.07
ББК 65.050
НЗ4

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»;

НЗ4 «Научное сообщество студентов XXI столетия. Экономические науки»:

Электронный сборник статей по материалам XIX студенческой международной научно-практической конференции. — Новосибирск: Изд. «СибАК». — 2014. — № 4 (19)/ [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: [http://www.sibac.info/archive/economy/4\(19\).pdf](http://www.sibac.info/archive/economy/4(19).pdf)

Электронный сборник статей по материалам XIX 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	9
ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ КАК ЭФФЕКТИВНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НАУКИ Верховцева Ольга Николаевна Качагин Евгений Александрович	9
ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА ХЛЕБОБУЛОЧНЫХ ИЗДЕЛИЙ С ПОМОЩЬЮ НОВОВВЕДЕНИЙ В ПРОИЗВОДСТВО Иванова Елена Васильевна Сибилева Елена Валерьевна	17
РОЛЬ МАРКЕТИНГА В НЕКОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ Молькин Алексей Николаевич Малышев Алексей Алексеевич	22
МАРКЕТИНГОВОЕ УПРАВЛЕНИЕ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ Мушкина Мария Викторовна	30
ПСИХОЛОГИЯ ЛЖИ В РЕКЛАМЕ Полищук Яна Валентиновна Шкляр Татьяна Львовна	35
Секция 2. Менеджмент	40
АКТУАЛЬНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КОНСАЛТИНГОВЫХ УСЛУГ ПРИ ПРОЕКТИРОВАНИИ АРХИТЕКТУРЫ ПРЕДПРИЯТИЯ Антипов Владимир Викторович Катунина Ирина Владимировна	40
ПРИМЕНЕНИЕ МЕТОДИКИ SWOT-АНАЛИЗА И ПОСТРОЕНИЕ ДЕРЕВА РЕШЕНИЙ В ИССЛЕДОВАНИИ ПРОБЛЕМЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ ЛИЧНОСТИ Воробьева Марина Вячеславовна Швецова Светлана Тимофеевна	47
ЭФФЕКТИВНОСТЬ МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ. СТАТУС МУНИЦИПАЛЬНОГО СЛУЖАЩЕГО Герасимов Владислав Олегович Рассолова Елена Николаевна	60
ИССЛЕДОВАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ МОТИВАЦИИ БУДУЩИХ СПЕЦИАЛИСТОВ СФЕРЫ КУЛЬТУРЫ Мухамедиева Екатерина Васильевна Юдина Анна Ивановна	65

<p>КОНКУРЕНТНОСПОСОБНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ. ПУТИ ЕЕ ПОВЫШЕНИЯ Саркисян Гор Георгиевич Сафонова Ирина Юрьевна</p>	71
<p>МЕТОДЫ ОЦЕНКИ УРОВНЯ РИСКОВ НА СОВРЕМЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ Стародубцева Юлия Владимировна</p>	80
<p>ПРИМЕНЕНИЕ МЕТОДИКИ SERVQUAL ОТНОСИТЕЛЬНО БАНКОВСКИХ УСЛУГ (НА ПРИМЕРЕ ЗАПАДНО-УРАЛЬСКОГО БАНКА ОАО «СБЕРБАНК РОССИИ») Топорова Полина Константиновна</p>	86
<p>Секция 3. Регионоведение</p>	96
<p>ОСОБЕННОСТИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ РЕГИОНА Загудаева Нина Владимировна Ленгинович Светлана Геннадьевна Герасимова Светлана Александровна</p>	96
<p>АНАЛИЗ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ БРЯНСКОЙ ОБЛАСТИ Коростелева Татьяна Витальевна Шварова Елена Владимировна</p>	101
<p>Секция 4. Реклама и PR</p>	111
<p>ПРОДВИЖЕНИЕ САЙТОВ: СВЕЖИЕ ТРЕНДЫ SEO И ИНТЕРНЕТ МАРКЕТИНГА Мизюркина Галина Ивановна Кондратьева Ирина Владимировна</p>	111
<p>Секция 5. Экономика</p>	116
<p>СОСТОЯНИЕ И ЗНАЧЕНИЕ САНАТОРНО-КУРОРТНОГО КОМПЛЕКСА НА РЫНКЕ УСЛУГ РОССИИ И ХАБАРОВСКОГО КРАЯ Аветисян Алина Эдвардовна Золотова Яна Владимировна</p>	116
<p>ЭКСПОРТНО-ИМПОРТНЫЕ ОТНОШЕНИЯ ТУРКМЕНИСТАНА С РОССИЕЙ Айдогдыев Бегенч Батырович Карпович Наталья Константиновна</p>	126
<p>ГРАЖДАНСКОЕ ОБЩЕСТВО КАК ФАКТОР УСТОЙЧИВОГО СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ СТРАНЫ Александрова Ангелина Сергеевна Соломахин Павел Викторович Марченко Елизавета Маратовна</p>	131

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ И ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ АГРАРНОГО КЛАСТЕРА РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ Амелина Татьяна Николаевна Злобин Евгений Федорович	139
АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ ОЛИМПИАДЫ НА РОССИЙСКИЙ ФОНДОВЫЙ РЫНОК Андреева Нина Андреевна Жабыко Людмила Ливерьевна	144
АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ НАЛОГОВЫХ ОРГАНОВ (НА ПРИМЕРЕ ИФНС РОССИИ ПО Г. КУРСКУ) Антипова Ольга Михайловна Рыкунова Валентина Леонидовна	150
ПРОБЛЕМЫ МАКРОЭКОНОМИКИ Ахмадов Муслим Асламбекович	159
ИЗЪЯТИЕ ОБЪЕКТОВ НЕДВИЖИМОСТИ ДЛЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ И МУНИЦИПАЛЬНЫХ НУЖД: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА Бажинова Дарья Владимировна Старикова Людмила Николаевна	164
ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ НЕФТЕГАЗОВОГО КОМПЛЕКСА КИТАЯ НА ПРИМЕРЕ PETROCHINA COMPANY LIMITED (“PETROCHINA”) Блюмина Анна Александровна Пискунов Владислав Романович Чучулина Екатерина Викторовна	171
ОРГАНИЗАЦИЯ СВАДЕБНЫХ СТИЛИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ КАК НАПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЯ СВАДЕБНОЙ ИНДУСТРИИ Г. ОМСКА Бронникова Анна Владимировна Алексеевко Ирина Владимировна	178
КРЕДИТНЫЕ РИСКИ: СУЩНОСТЬ, КЛАССИФИКАЦИЯ, УПРАВЛЕНИЕ Гаврилова Софья Викторовна Егорова Екатерина Ивановна Эльдиева Татьяна Махмутовна	183
НАЦИОНАЛЬНАЯ ПЛАТЁЖНАЯ СИСТЕМА: ЗА И ПРОТИВ Грешкова Ксения Александровна Трошанина Валерия Александровна Герасимова Светлана Александровна	190

РОССИЯ: ПОСЛЕДСТВИЯ ПРИСОЕДИНЕНИЯ КРЫМА Дацко Анастасия Николаевна Жабыко Людмила Ливерьевна	195
ABC-МОДЕЛЬ КАЛЬКУЛИРОВАНИЯ СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОДУКЦИИ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА Дерябина Ирина Геннадьевна Бобрышев Алексей Николаевич	200
АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ ПРИОРИТЕТНОГО НАЦИОНАЛЬНОГО ПРОЕКТА «РАЗВИТИЕ АПК» НА ДИНАМИКУ ПРОИЗВОДСТВА ПРОДУКЦИИ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РЕГИОНА (НА ПРИМЕРЕ ОРЕНБУРГСКОЙ ОБЛАСТИ) Ефремова Елена Алексеевна Прядкина Вера Алексеевна Туктамышева Лилия Мухаммадиевна	207
ОСОБЕННОСТИ И НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ФИНАНСОВОГО РЫНКА РОССИИ Камбарова Екатерина Сергеевна Углицких Ольга Николаевна	215
ВЗАИМОСВЯЗЬ ФИНАНСОВОЙ И ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМ НА ПРИМЕРЕ РОССИИ Космачевская Анна Игоревна Жабыко Людмила Ливерьевна	221
КОНЦЕПЦИЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ, КАК КОНЦЕПЦИЯ ОПТИМАЛЬНОГО МАСШТАБА ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ ТУРИЗМА Кулагина Карина Евгеньевна Мухамедиева Светлана Анатольевна	226
ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА В РОССИИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ РАЗВИТИЯ Лисицына Инна Викторовна Лашманова Дарья Владимировна Христоробова Наталья Евгеньевна	233
РОЛЬ ЗАО АКБ «НАЦИОНАЛЬНЫЙ КЛИРИНГОВЫЙ ЦЕНТР» В РАЗВИТИИ ФИНАНСОВОГО РЫНКА Лорсанова Хеда Адамовна Углицких Ольга Николаевна	239
ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В НОВГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ Мелкумян Ирина Витальевна	244

ОБЯЗАННОСТИ И ПРИЧИНЫ ИХ НАРУШЕНИЯ, А ТАКЖЕ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ, ПРЕДУСМОТРЕННАЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВОМ О НАЛОГАХ И СБОРАХ, В ОТНОШЕНИИ БАНКОВ, КАК СПЕЦИФИЧЕСКИХ СУБЪЕКТОВ НАЛОГОВЫХ ОТНОШЕНИЙ Миронов Александр Сергеевич Сычёва Елена Ивановна	251
УЧЕТНАЯ ПОЛИТИКА И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ РЕШЕНИЯ В КРАТКОСРОЧНОМ И ДОЛГОСРОЧНОМ ПЕРИОДАХ Мосунов Игорь Геннадьевич Динмухаметова Дания Фуатовна	258
КАК ВЛИЯЕТ ОБЪЕМ СВОБОДНОГО ВРЕМЕНИ НА УРОВЕНЬ РОЖДАЕМОСТИ В ОЗЕРСКОМ ГОРОДСКОМ ОКРУГЕ ЧЕЛЯБИНСКОЙ ОБЛАСТИ? Невядомская Валентина Игоревна Дериглазов Александр Анатольевич	266
УРОВЕНЬ И КАЧЕСТВО ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ ЧЕЛЯБИНСКОЙ ОБЛАСТИ Невядомская Алена Игоревна Федулов Дмитрий Владимирович	281
РАЗВИТИЕ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕГИОНА Радченко Алена Сергеевна Симарова Ирина Сергеевна	290
ПРОБЛЕМЫ СТАНОВЛЕНИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ ПЛАТЕЖНОЙ СИСТЕМЫ Салимханов Заур Арсланалиевич Даудова Амира Анваровна	299
НОВЫЕ МЕРЫ НАЛОГОВОГО КОНТРОЛЯ В СФЕРЕ ОБСЛУЖИВАНИЯ КРЕДИТНЫМИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ НАЛОГОПЛАТЕЛЬЩИКОВ, ПЛАТЕЛЬЩИКОВ СБОРОВ И НАЛОГОВЫХ АГЕНТОВ Салтыков Иван Константинович Чирков Роман Сергеевич Сычёва Елена Ивановна	307
АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ НЕФЯТЯНОЙ ОТРАСЛИ РОССИИ И СКФО Стародубцева Юлия Владимировна	312

БИТКОИНЫ — БУДУЩЕЕ ФИНАНСОВОЙ СИСТЕМЫ? Соловчук Александра Викторовна Кагирова Яна Валерьевна Жабыко Людмила Ливерьевна	323
СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ ЗАНЯТОСТИ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ Тарасов Алексей Анатольевич Ключников Иван Александрович Павел Викторович Лимарев	328
АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ФИНАНСОВЫХ ВЛОЖЕНИЙ Тухфатуллин Руслан Радикович	333
СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ МОЛОДОЙ СЕМЬИ НА ПРИМЕРЕ УРАЛЬСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА Фахритдинова Гузель Мавлитовна Крамор Илья Ильич Лимарев Павел Викторович	339
РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ КАПИТАЛА КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА, КАК ПОКАЗАТЕЛЬ ОЦЕНКИ ЕГО ДЕЯТЕЛЬНОСТИ Хусаинова Светлана Ринатовна Картак Вадим Михайлович	344
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СОЗДАНИЯ ТРАНСАТЛАНТИЧЕСКОГО ТОРГОВОГО СОЮЗА Соболева Елена Станиславовна Ядрихинская Анастасия Олеговна Хмелев Игорь Борисович	350
ПРОДУКТОВАЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКАЯ КОРЗИНА: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ СТОИМОСТИ В ГИПЕРМАРКЕТАХ Г.ТОБОЛЬСКА Яркова Мария Александровна Кулакова Виолетта Юрьевна Чижикова Елена Сергеевна	355

СЕКЦИЯ 1.

МАРКЕТИНГ

ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ КАК ЭФФЕКТИВНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НАУКИ

Верховцева Ольга Николаевна
студент 3 курса, цикл «Маркетинг», УлГТУ,
РФ, г. Ульяновск
E-mail: olik_tlt@mail.ru

Качагин Евгений Александрович
научный руководитель, канд. экон. наук, доцент цикла «Маркетинг», УлГТУ,
РФ, г. Ульяновск

В настоящее время различные сферы человеческой жизни трансформируются и претерпевают изменения. Исключением в этом не стал и маркетинг. На сегодняшний момент традиционная концепция маркетинга меняется, появляются новые инструменты взаимодействия с клиентом и создаются более востребованные маркетинговые инструменты. Результатом такой трансформации можно считать интернет-маркетинг. Большая часть потребителей стали активными пользователями сети Интернет, что вынудило компании переориентировать свою деятельность в Интернет-сферу. Смена ориентации позволяет современным компаниям четко выбирать целевую аудиторию и эффективно взаимодействовать с ней, минимизируя при этом затраты. Таким образом, Интернет-маркетинг становится наиболее эффективным инструментом привлечения потребителей, продвижения товара и является благодатной базой для проведения различных исследований. Рассмотрим более подробно само понятие «интернет-маркетинг», его принципы, современные методы и инструменты. А также приведем основные данные об эффективности и её расчетах.

Интернет-маркетинг является наилучшим представлением концепции взаимодействия, которая зародилась в 1995 году и продолжает развиваться.

Он позволяет самим потребителям контактировать с производителями или посредниками таким образом, что в ходе этих коммуникаций создается свободная и непринужденная «беседа». Ряд специалистов дают различные понятия этому термину. Так, И.В. Успенский определяет интернет-маркетинг, как теорию и методологию организации маркетинга в среде Интернета [4, с. 35]. Свободная энциклопедия «Википедия» дает следующее определение: практика использования всех аспектов традиционного маркетинга в Интернете, затрагивающая основные элементы маркетинг-микса [3]. Эти и многие другие определения можно объединить в одно. В результате получим, что интернет-маркетинг представляет собой комплекс мер в Интернет-среде, которые способствуют развитию бизнеса. Другими словами, это любая маркетинговая деятельность, которая реализуется в Интернете. Следует отметить тот факт, что данная концепция может быть составляющей частью классического маркетинга или использоваться самостоятельно.

Для того чтобы проанализировать данное направление необходимо понять какое место оно занимает среди прочих маркетинговых коммуникаций. Поэтому кратко охарактеризуем современный рынок маркетинговых коммуникаций в России. Итак, по данным комиссии экспертов Ассоциации коммуникационных агентств России суммарный объем рекламы за 2011 год составил 300 млрд. руб. в сегменте ATL-услуг. Серьезное замедление темпов роста в конце года и неравномерность динамики в течение года все же позволили данному сегменту увеличить свой объем более чем на 13 % по сравнению с предыдущим годом. Объем рынка рекламы BTL-услуг составил порядка 80 млрд. руб., что больше на 18 %, чем в 2011 году. А в первом квартале 2013 года объем рекламы в сегменте ATL-услуг составил 70 млрд. руб., что на 14 % больше показателя за аналогичный период прошлого года [2]. Таким образом, объем рынка маркетинговых коммуникаций в России за 2012 года составил 380 млрд. руб. Ежегодное увеличение объема рынка позволяет сделать вывод, что маркетинговые коммуникации продолжают активно применяться в бизнесе, но не все из них востребованы в той же мере.

Рассмотрим структуру российского рынка коммуникаций в сфере маркетинга по итогам представленных данных [1], [2]:

Таблица 1.

**Динамика объема рынка маркетинговых коммуникаций в России,
млрд. руб.**

Сегмент	2011 год	прирост в 2011 году	2012 год	прирост в 2012 году	январь- март 2013 года	прирост в 2013 году
	млрд. руб.	%	млрд. руб.	%	млрд. руб.	%
Телевидение	131,0	18	143,2	9	35,9	13
Радио	11,8	15	14,6	23	3,0—3,2	18
Печатные СМИ	40,4	6	41,2	2	8,0—8,3	-5
Наружная реклама	34,3	15	37,7	10	9,1—9,4	13
Интернет	41,8	56	56,3	35	13,3	32
<i>медийная реклама</i>	<i>15,3</i>	<i>45</i>	<i>17,9</i>	<i>17</i>	<i>3,0</i>	<i>15</i>
<i>контекстная реклама</i>	<i>26,5</i>	<i>63</i>	<i>38,4</i>	<i>45</i>	<i>10,3</i>	<i>38</i>
Прочие медиа	4,1	32	4,9	14	0,9	13
ИТОГО по сегменту atl	263,4	21	297,8	13	71,0	14
Маркетинго вые услуги	68	23	80,4	18	-	-

Данные таблицы свидетельствуют о значительном росте доли рынка интернет-коммуникаций. Популярны такие направления, как медийная реклама в Интернете и контекстная. Таким образом, можно сделать вывод, интернет-маркетинг сегодня — это мощный экономический инструмент, который можно использовать в различных целях.

Такую востребованность данная концепция получила благодаря определенным характеристикам, которыми обладает сеть Интернет. Именно поэтому маркетинг в этой среде обладает весомыми преимуществами. Рассмотрим их подробнее. Первое и самое весомое преимущество интернет-маркетинга — это возможность измерения эффективности. В этой среде можно измерить все необходимые показатели. Кроме того, сделать это можно быстро

и оперативно с помощью специализированных программ, плагинов и прочее. О том, как оценить эффективность в данной среде речь пойдет чуть позже.

Также к преимуществам интернет-маркетинга можно отнести возможность реализации товара на новых рынках. Можно изготавливать товар в Европе, а продавать его в Японии. Интернет и маркетинг в нем не имеет границ и позволяет клиентам пользоваться услуга компаний по всему миру, а компаниям — осваивать все новые и новые рынки. Кроме того, новая концепция — это ответ на желания потребителей. Сегодня большая часть потребителей производят покупки в интернет-магазинах, сохраняя при этом значительное количество времени. Это удобно, быстро и дешево.

Следующее преимущество интернет-маркетинга — это направленное воздействие на целевую аудиторию. Реклама на телевидении, на радио и прочие классические инструменты отличаются низкой стоимостью одного контакта. Но их нельзя назвать эффективными инструментами, ведь охват телевидения, радио и прочего достаточно широк и нет определенной фокусировки на целевой аудитории. Тематические сайты, сообщества и форумы позволяют решить эту проблему. В таком случае компания гарантировано попадет своей рекламой в цель. Согласитесь, ведь телевизионная реклама дорогого автомобиля, которая транслируется по всей стране, будет интересна единицам, а, следовательно, и купят таких машин немного. Если же маркетинговая кампания запускается на сайте, который востребован у заинтересованных в товаре людей, то целевых действий будет намного больше. В данном случае нужно руководствоваться принципом: «Дай клиенту то, что он хочет».

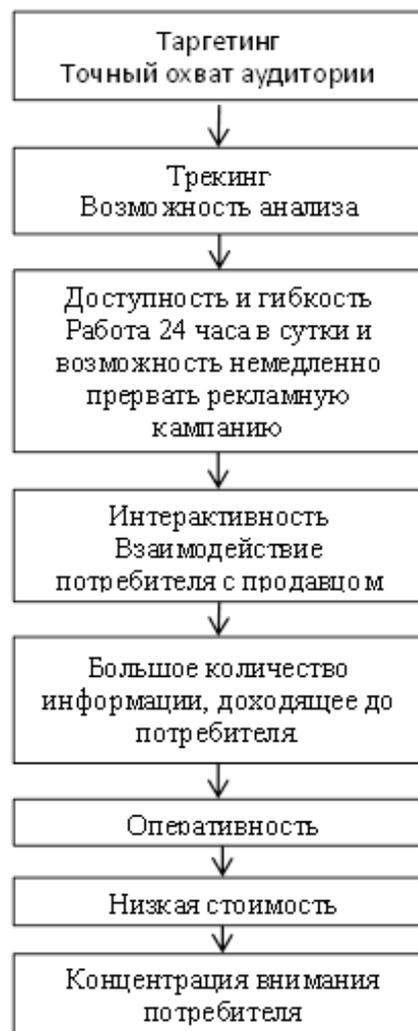


Рисунок 1. Преимущества интернет-маркетинга

Как известно, в настоящее время активно развивается концепция включенного маркетинга. Данная концепция подразумевает активное взаимодействие клиентов и компаний. Границы между двумя противоположными субъектами рынка стираются и происходит «дружеский» и эффективный диалог. Максимально осуществить это может помочь интернет-маркетинг. Он позволяет незамедлительно отвечать на вопросы клиентов, узнавать об их интересах, предоставлять необходимую информацию очень быстро и подавать её в естественном ключе.

К преимуществам интернет-маркетинга также можно отнести быстроту действий. Современный мир очень быстро меняется, поэтому необходимо быстро реагировать на изменения. И осуществить это позволяет маркетинг в сети. Запуск новой рекламной кампании, исследования и прочего занимает

не более чем за два дня. Кроме того, реакция потребителя также не заставит себя ждать.

Также к преимуществам можно отнести следующие аспекты:

1. Воздействие на большую аудиторию.

По данным аналитической компании TNS на февраль 2013 года, хотя бы раз в месяц в Интернет выходит 76,5 млн. россиян (или 53 % от всего населения страны). Эти данные свидетельствуют о том, что маркетинг в интернете — это мощный инструмент.

2. Определенное поведение людей.

Сегодня потребитель для поиска определенных данных о товаре или услуге обращается в интернет.

3. Дешевизна.

Интернет-продвижение намного дешевле по сравнению с традиционными методами рекламы.

4. Простота оценки маркетинговых действий.

Существует масса простых способов, которые позволяют сделать оценить интернет-продвижение: опросы, анкетирование, контент-анализ, сравнительный анализ счетчиков сайта.

Использовать все эти возможности можно с помощью различных инструментов и методов. Рассмотрим основные из них. Главный и самый популярный инструмент маркетинга — это сайт. Собственный сайт компании открывает новые горизонты по привлечению и информирования клиентов. С помощью такого инструмента можно предоставлять потребителям важную информацию, рекламировать продукцию, «втягивать» их в процесс общения и многое другое.

Второй востребованный инструмент маркетинга — это SEO или раскрутка сайта. Наличие сайт не всегда гарантирует определенные результаты, ведь в сети очень много различных интернет-ресурсов. Привлечь внимание к сайту поможет его раскрутка. Как правило, поиск информации потребителем начинается с запроса в поисковой системе. Для того чтобы потребитель узнал

о наличии определенного сайта необходимо делать так, чтобы сайт выводился в первых строчках поискового результата. Именно это может обеспечить такой инструмент, как раскрутка.

Еще один актуальный инструмент — это реклама. Такой инструмент представляет собой классическое рекламное сообщение, которое имеет ряд отличий: точность охвата, низкие затраты, возможность быстро и просто оценить эффективность. К рекламе в сети относятся баннеры и текстовые сообщения.

Также в интернет-маркетинге активно используется такое направление, как Email маркетинг. Это индивидуальные рассылки рекламных или иных сообщений клиентам на электронную почту. Особенность такого инструмента в том, что он не требует большого количества затрат, позволяет ориентироваться на определенные сегменты потребителей и выявлять реакцию этих сегментов.

Отдельное направление маркетинга в сети — это работа с социальными сетями. В настоящее время практически каждый общается в Интернете на различных площадках. Такую возможность необходимо использовать. Идея такого инструмента заключается в привлечении клиентов для взаимодействия и продвижения продукции. Для этих целей используются социальные сети, форумы, чаты, блоги, обзоры, рейтинги, онлайн-мероприятия и многое другое.

Отдельного внимания заслуживает вирусный маркетинг. Идея такого инструмента заключается в создании «вируса», который привлечет, заинтересует пользователей и заставит потребителей передавать этот «вирус» в качестве определенного развлечения. Это может быть ролик, открытка, статья, мультфильм, скандал и прочее.

В последнее время стали популярны онлайн игры, которые продвигают продукцию определенной компании. Это могут быть традиционные игры со встроенной рекламой или полноценное приложение, которое позволяет развлекаться и узнавать информацию о товаре.

Видео-маркетинг также является эффективным инструментом продвижения в сети. Смысл этого инструмента заключается в создании и распространении рекламных роликов или внедрения рекламного сообщения в ролик фильма, сериала и прочего.

И последний, самый мощный инструмент, который мы рассмотрим — это пиар в Интернете. Представляет собой формирование общественного мнения, позитивного имиджа компании и так далее. Делается это путем распространения статей, пресс-релизов, по средствам работы с интернет-прессой, тематическими ресурсами, через заказы активности пользователей, которые будут давать скрытую рекламу и прочее.

Таким образом, интернет-маркетинг сегодня является востребованным способом привлечь потребителей, заявить о компании, провести исследование и многое другое. Это направление активно развивается и с каждым годом становится все популярнее. Объясняется это значительными преимуществами и широким ассортиментом используемых инструментов.

Список литературы:

1. АКАР оценила объем российского рынка рекламы за первый квартал 2013 года. // Центр гуманитарных технологий. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://gtmarket.ru/news/2013/05/14/5939> (дата обращения 10.11.13).
2. Ассоциация коммуникационных агентств России // веб-ресурс, [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://www.akarussia.ru/knowledge/market_size/id1865, http://www.akarussia.ru/knowledge/market_size/id2990. (дата обращения 10.11.13)
3. Свободная энциклопедия «Википедия» [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%98%D0%BD%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%B5%D1%82-%D0%BC%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3>
4. Успенский И.В. Интернет-маркетинг. СПб.: Изд-во СПГУЭиФ, 2003. — 197 с.

ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА ХЛЕБОБУЛОЧНЫХ ИЗДЕЛИЙ С ПОМОЩЬЮ НОВОВВЕДЕНИЙ В ПРОИЗВОДСТВО

Иванова Елена Васильевна

*студент 4 курса группы Мб-10, Финансово-экономического института
Северо-Восточный федеральный университет им. М.К. Аммосова,
РФ, г. Якутск
E-mail: iev1393@mail.ru*

Сибилева Елена Валерьевна

*научный руководитель, канд. экон. наук, доцент кафедры ЭиУП Финансово-
экономического института Северо-Восточный Федеральный университет
им. М.К. Аммосова,
РФ, г. Якутск*

Нововведения в производство продукции обусловлены в основном идентичностью продукции конкурентов, а также попытками создать такую продукцию, которая стала бы абсолютно уникальной и сложной для копирования, что могло бы на неопределенное время ослабить положения конкурентов и сохранить своих постоянных покупателей.

Хлебобулочные изделия относятся к группе товаров повседневного спроса, характеризуемого низкой ценовой и перекрестной эластичностью.

Открытое Акционерное Общество «Якутский хлебокомбинат» занимает значимую долю на рынке (84,3 %) по производству продуктов повседневного спроса — хлеба и хлебобулочных, и макаронных изделий. Одним из основных направлений развития предприятия является повышение качества производимой продукции — хлеба и хлебобулочных изделий, а именно внедрение нововведений в производство.

В общей сложности, хлеб и хлебобулочные изделия производят около 25 предприятий среднего и малого предпринимательства, кондитерские изделия 13 предприятий среднего и малого предпринимательства. Можно заметить, что на рынке появляются Индивидуальные предприниматели. Количество производителей меняется и в сторону увеличения и в сторону уменьшения.

Основными конкурентами являются частные предприятия и хлебопекарни. Крупными являются «Покровский хлеб», «Немюгюнский хлеб», ИП

Маленкова Г.М., ИП Азарова А.В. (КЦ «Надежда»), ИП «Зырянов», ОАО «Мохсоголохский хлебокомбинат». Другие являются более мелкими предприятиями с небольшим объемом производства.

Нарастающая конкурентная борьба со стороны производителей хлеба, хлебобулочных изделий и кондитерских изделий обуславливает необходимость новых маркетинговых подходов в производстве изделий ОАО «Якутский хлебокомбинат», а именно, нововведение в производство — применение биологически активных добавок, обеспечивающие изделия долговременной свежестью, а так же увеличением срока годности.

Сущность способа повышения качества хлеба, хлебобулочных изделий и кондитерских изделий и сохранения их свежести с помощью пищевой добавки «ЯГЕЛЬ-Т» заключается в том, что в состав муки для выпечки хлебобулочных и кондитерских изделий добавляют порошок слоевищ лишайников *Cladonia* или *Centraria islandica* в количестве 0,2—0,5 % к массе муки, полученный путем механохимической обработки высушенного сырья в шаровой мельнице. Добавление такой биологически активной добавки в муку, для того, чтобы выпекать хлебобулочные и кондитерские изделия, влияет на органолептические, физико-химические показатели положительно. Кроме того, обогащает физиологически активными веществами, микроэлементами, которые способствуют увеличению срока хранения путем изменения состояния крахмала в изделиях. На свойства муки, в частности на кислотность, ягель не влияет. Для того, что бы выбрать дозировку, при добавлении ягеля в муку, необходимо учесть следующие факторы:

- Максимальное обогащение хлебобулочных и кондитерских изделий биологическими компонентами;
- Лечебно-профилактический фактор, который благоприятно воздействует на организм;
- Высокие органолептические свойства готовых изделий, а также увеличение срока хранения изделий.

Кроме того, что появляется возможность выпускать хлебобулочные продукты с повышенным сроком годности за счет содержания в лишайниковой добавке природных веществ бактерицидного действия (лишайниковых кислот), решается также задача выпуска продуктов питания оздоровительной направленности.

Для сравнения, ягель грубого помола (прототип) вводится в концентрациях в 5—6 раз выше, подтверждая тем самым более высокую эффективность биопрепарата «ЯГЕЛЬ-Т» как биодобавки. Из Таблицы 1 можно сделать вывод, что биологически активные добавки на свойства хлеба действительно не имеют особо выраженного влияния. (таблица 1).

Таблица 1.

Показатели качества ржано-пшеничного хлеба, обогащенного ягелем

Показатели качества	Контрольный образец	Сравнительная характеристика хлеба при содержании		
		1—3 % ягеля грубого помола	0,2 % ягеля механоактивированного	0,5 % ягеля механоактивированного
Поверхность	Гладкая, без крупных трещин и подрывов	Гладкая, без крупных трещин и подрывов	Гладкая, без крупных трещин и подрывов	Слегка шероховатая, без крупных трещин и подрывов
Цвет	Светло-коричневый	Коричневый	Светло-коричневый	Коричневый
Состояние мякиша	Пропеченный, не влажный на ощупь, эластичный без комочков, пустот и уплотнений	Слегка влажный на ощупь, без комочков, средняя эластичность	Пропеченный, не влажный на ощупь, эластичный без комочков, пустот и уплотнений	Пропеченный, не влажный на ощупь, эластичный без комочков, пустот и уплотнений
Вкус	Свойственный данному виду изделия, без постороннего привкуса	Свойственный данному виду изделия, со своеобразным привкусом	Свойственный данному виду изделия, без постороннего привкуса	Свойственный данному виду изделий, с едва заметным привкусом
Запах	Свойственный данному виду изделия, без постороннего запаха	Свойственный данному виду изделия, без постороннего запаха	Свойственный данному виду изделия, без постороннего запаха	Свойственный данному виду изделия, без постороннего запаха
Срок хранения, сут.	3	4	5	6

Людам, страдающим диабетом, можно предложить диетические изделия, так как в свойства ягеля входит компонент, который способствует улучшению состояния человека.

Общим признаком заявляемого способа получение хлеба и известных аналогов является использование местного растительного сырья, которое перед замесом соединяют с мукой. Недостатком известных аналогов является низкая технологичность процесса, выражающаяся в дорогостоящем и трудоемком процессе производства хлебобулочного изделия, в частности сбор, не всегда высокая биологическая ценность и малая степень усвояемости вводимых НФАВ в связи с их недостаточно высокой всасываемостью в желудочно-кишечном тракте, традиционные длительные технологии экстракции и малый срок хранения полученных экстрактов.

Поскольку хлебобулочные изделия являются основным повседневным, доступным продуктом питания и играют важнейшую роль в физиологии питания, в целом, то целесообразно обогащать их добавками из ягеля, что значительно повысит их пищевую ценность и в несколько раз увеличит срок хранения.

За рубежом во многих отраслях пищевой промышленности давно и широко используется сухая пшеничная клейковина для выработки изделий повышенной пищевой ценности. В нашей стране ограниченное применение сухой пшеничной клейковины обусловлено ее дороговизной, поэтому из ряда вариантов наиболее перспективным в качестве обогатителя считается использование соевой муки.

Представленный способ повышения качества хлеба и хлебобулочных изделий поможет сохранить лидирующие позиции на рынке, конкурировать с многочисленными производителями аналогичных продуктов.

ОАО «Якутский хлебокомбинат» использует традиционные технологии производства хлебобулочных и кондитерских изделий без добавления каких — либо добавок.

Для того, что бы определить потребности и предпочтения покупателей такого вида продукции, было проведено маркетинговое исследование. По результатам исследования было определено, что внедрение такого способа в производство хлебобулочных и кондитерских изделий приветствуется 67 % опрошенных, которые являются потребителями новинок среди хлебобулочных и кондитерских изделий, а также те, которые считают основным преимуществом увеличение срока хранения продуктов, а также сохранения свежести. Остальные 33 % опрошенных являются сторонниками консерватизма по отношению к таким видам изделий. Всего было опрошено 5876 человек по городу Якутску.

Таким образом, современный рынок, а также инструменты, с помощью которых компании стараются захватить большую его часть, значительно расширились, и на данном этапе уже недостаточно использовать рекламные кампании, креатив. На сегодняшний день для успешной работы требуется оригинальная маркетинговая концепция, которая исключила бы появление конкурирующих товаров рядом. Такое возможно большей частью за счет внедрения инструментов латерального маркетинга, инновационных продуктов, а также за счет использования нестандартных коммуникативных каналов, PR-акций и подобных маркетинговых инструментов.

Список литературы:

1. Кузнецова Л.И., Киселева Н.А. (СибФ ГосНИИ хлебопекарной промышленности), Ганичева СИ., Быстрова Е.С.(ВНИИ ПАКК). Хитин-глюкановый комплекс — новая добавка для производства хлеба // Хлебопечение России. — 2000. — № 4. — с. 14—15)
2. Сидоренко Т.А. Перспективы использования ягеля в разработке пищевых продуктов (хлебобулочные изделия)/Т.А. Сидоренко // Пищевая и перерабатывающая промышленность. Реферативный журнал. — 2009. — № 2, — С. 411.

РОЛЬ МАРКЕТИНГА В НЕКОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Молькин Алексей Николаевич

*студент 4 курса,
Пензенский государственный университет архитектуры и строительства,
РФ, г. Пенза
E-mail: 19-93285@rambler.ru*

Малышев Алексей Алексеевич

*доцент, канд. экон. наук,
Пензенский государственный университет архитектуры и строительства,
РФ, г. Пенза
E-mail: malyshe-aleksej@yandex.ru*

В России активно развивается сектор некоммерческих организаций, которые занимает рыночную нишу, не приносящую большого дохода или вообще его отсутствия. Финансовыми источниками некоммерческих организаций и учреждений, группируются от степени участия государства в деятельности этих организаций. Существуют некоммерческие организации, которые полностью находятся на обеспечение, то есть содержания организации происходит за счет государственного бюджета. К данной категории можно отнести: образование, государственное управление, здравоохранение, охрана правопорядка и т. д. Вторая группа некоммерческих организаций, государство только осуществляет надзор за организацией, а финансовые поступления формируются за счет отчислений субъектами хозяйствования, тем самым формируя государственные внебюджетные фонды.

Источниками формирования финансов некоммерческой организации являются:

- пожертвования и добровольные взносы;
- доходы, полученные от реализации товаров или услуг;
- получение выручки от собственности некоммерческой организации;
- взносы от учредителей или членов организации;
- получение процентов от управления портфелям ценных бумаг;
- поступления которые не запрещает закон.

Регулярные взносы могут поступать либо в виде членских взносов в некоммерческих организациях, имеющих членство, либо в виде частичного или полного финансирования собственником созданного учреждения. Вступительные и членские взносы являются характерным источником финансирования для общественных объединений, их союзов и ассоциаций, благотворительных организаций, основанных на членстве. За счет этих средств покрываются административно-хозяйственные расходы. Размер взносов и поступлений определяется учредительными документами или решением органов управления, либо в соответствии с решением собственника (для учреждений).

Единовременные поступления обычно вносятся учредителями (участниками) помимо вступительных и регулярных взносов. Они могут носить целевой характер, если переданы на выполнение определенных проектов и программ. Но возможна и нецелевая передача имущества на осуществление уставной деятельности некоммерческой организации.

Пожертвования — основная форма финансовых поступлений.

Пожертвования отличаются от добровольных взносов тем, что поступают от любого лица, не являющегося учредителем (участником) некоммерческой организации. Пожертвования могут быть как целевыми, так и не предназначенными для определенных целей. В качестве пожертвований некоммерческой организации могут быть переданы различные вещи, ценные бумаги, а также денежные средства. Законодательство не содержит специальных ограничений по видам имущества, которое может быть пожертвовано некоммерческой организации (естественно, за исключением имущества, которое изъято из оборота или ограничено в обороте) [1].

Все некоммерческие организации имеют право с соответствием законодательством и уставами самостоятельно выбирать способы использования полученных средств. Если организация получает благотворительные пожертвования, то не менее 70 % полученных средств необходимо

использованные в течение определенного периода времени на реализацию целей некоммерческой организации.

Некоммерческие организации имеют право заниматься предпринимательской деятельностью только с такими условиями, что полученная прибыль пойдет на реализацию поставленных целей организации. Прибыль, которую получает некоммерческая организация от предпринимательской деятельности, не может быть распределена между учредителями и руководителями организации, а должна будет направиться на достижения поставленных целей организации. В законодательстве Российской Федерации для некоммерческих организаций, по каким критериям и как должна проходить предпринимательская деятельность не прописывается.

Некоммерческие организации могут объединяться и создавать хозяйственные товарищества, общества и иные хозяйственные организации, приобретать имущество, необходимое для ведения предпринимательской деятельности. Создаваемые общественными объединениями хозяйственные товарищества, общества и иные хозяйственные организации вносят в соответствующие бюджеты платежи в порядке и размерах, установленных законодательством Российской Федерации [6].

Для создания финансовой устойчивости некоммерческой организации, можно заниматься следующими видами предпринимательской деятельности:

1. сдавать в аренду помещения, которые находятся на балансе организации;
2. заниматься рекламной, и издательской деятельностью;
3. изготавливать и продавать сувенирную продукцию, на которой будет отражены символика организации;
4. предлагать потребителям услуги, которые может осуществлять организация;
5. вкладывать денежные средства организации в ценные бумаги или акции, с целью получения прибыли на реализацию поставленных целей организации.

Таким образом, некоммерческие организации ведут дела так чтобы привлечь финансы в организацию для реализации целей и задач. Поэтому некоммерческие организации приходится постоянно искать новые способы для привлечения денег, основным инструментом привлечения денежных ресурсов в организацию может выступать маркетинг.

На протяжении длительного времени многие считали, что некоммерческим организациям совершенно, не нуждаются в маркетинг, но время показало тот факт, что это было заблуждение. В нашей стране маркетинговая деятельность в некоммерческих организациях не так развитая или вообще отсутствует. Это связано с плохой нацеленностью на социальные эффекты деятельности организации. В основном некоммерческих организаций обслуживают рыночный сегмент, которые коммерческие организация считают невыгодными.

Некоммерческий маркетинг, это деятельность, направленная на продвижения организации и формирования стратегий нацеленных на привлечения денежных ресурсов. В некоммерческой организации маркетинг нацелен на продажу товар и услуг, а также популяризировать организацию на рынке некоммерческих организаций. Благодаря маркетингу некоммерческая организация может стать успешно развивающийся организацией.

Особенностями некоммерческого маркетинга являются:

1. Маркетинг направлен на продвижения организации и некоммерческого продукта.
2. Стратегия маркетинга выстраивается так чтобы продвигать организацию и в тоже время привлекать ресурсы на реализацию целей некоммерческой организации.
3. Цели маркетинга формируются так, чтобы не отклонятся от целей организации.
4. Управления маркетингом осуществляется руководством некоммерческой организации.
5. Некоммерческому маркетингу приходится работать порой невыгодном секторе экономики.

Некоммерческие организации в своей маркетинговой деятельности выполняют весь комплекс традиционных функций, к которым в частности относятся: [4]

- организация системы распределения;
- научные исследования и разработки;
- организация маркетинговых коммуникаций;
- осуществление ценовой политики;
- комплексное изучение рынка;
- управление маркетингом;
- осуществление товарной политики.

Некоммерческий маркетинг базируется на методологии и теории классического маркетинга, что в свою очередь развитие некоммерческого маркетинга не сопровождается грандиозными открытиями. В продвижения своего продукта или услуги некоммерческая организация может использовать маркетинговые коммуникации.

Маркетинговые коммуникации — это деятельность, обеспечивающая передачу информации о товаре или услуги потребителям. Конечной целью такой деятельности является продвижение товара или услуги на рынке.

Выделяют следующие формы маркетинговых коммуникаций:

- Реклама;
- Стимулирование сбыта;
- Упаковка;
- PR.

Все формы маркетинговых коммуникаций должны применяться некоммерческими организациями комплексно, тогда будет больше эффекта от применения, чем использовать по отдельности.

Необходимо отметить ключевые факторы эффективного применения маркетинговых коммуникаций в некоммерческой организации:

Цели коммуникации. Некоммерческая организация должна четко определить целевую аудиторию на которую будет нацелена коммуникационное обращение, и понять какого типа откликов желает получить от аудитории.

Подготовка сообщения. Сообщение должно побуждать целевую аудиторию к приобретению товара или услуги организации.

Планирование каналов. Выбор каналов для доведения информации до потребителей важный этап для этого, некоммерческой организации необходимо вычислить какие каналы доведения информации будут эффективней для выбранной целевой аудитории.

Эффективность сообщения. Организации необходимо отслеживать отклики целевой аудитории, получающие коммуникационное сообщение по выбранным каналам.

Перечисленные факторы позволяют некоммерческой организации более эффективней продвигать некоммерческий продукт. Чем эффективней проходит процесс продвижения некоммерческого продукта, тем больше узнают о самой организации.

Некоммерческий продукт — это услуга или товар производителем, которого выступает некоммерческая организация. Организации при производстве ставит перед собой цель удовлетворить потребителя. И для того чтобы узнать желания потребителя необходимо проводить маркетинговые исследования. Когда организация формирует исследовательские вопросы для респондентов, по поводу некоммерческого продукта необходимо учитывать тот факт что продукт имеет многоуровневость, в результате чего исследование должно быть направлено на выявления мнения корреспондента по каждому из уровней продукта. После проведения исследования порой выявляется, что необходимо модернизировать товар или услугу и тут появляются препятствия.

Сотрудники некоммерческих организаций чаще всего неохотно идут на изменения продукта или услуги, которой они предоставляют, по их мнению изменения могут повлиять на идею создания товара или услуги. Сейчас просто

необходимо время от времени внедрять в товар или услугу что-то новое для удержания целевой аудитории, изменения помогают увеличивать количество потребителей тем самым, и увеличивается выручка.

Перед тем, как начать менять продукт некоммерческой организации сначала необходимо получить информацию, которая должна дать понять на каком этапе продукт находится и какие изменения необходимы, но при этом, организации необходимо учесть все шаги по изменению товара или услуги для того чтобы первоначальная идея продукта осталась прежней.

Продвижение некоммерческого продукта или услуги, предполагает, выбор эффективных маркетинговых коммуникаций для донесения информации до целевой аудитории, послания должно давать понять потребителям какую именно выгоду от приобретения они получат и простимулировать к действиям. При разработке обращения к потребителям и выбора канала доведения информации до целевой аудитории, проведенное маркетинговое исследование будет полезно в следующих моментах:

- потребитель должен понимать выгоду, которую он получит от приобретения товара или услуги;
- правильно выбранные маркетинговые коммуникации для доведения информации до целевой аудитории;
- сообщения о товаре или услуге должно иметь варианты действий для потребителей;
- коммуникационное сообщение, которое на правленое, на потребителей должно мотивировать их к действиям;
- обращения к целевой аудитории должно заинтересовывать.

Благодаря маркетинговым исследованиям некоммерческая организация может выбрать более эффективные каналы доведения информации о товаре или услуге до целевой аудитории, разрабатывать сообщения для потребителей которые будут стимулировать их к действиям. А также проводить своевременные изменения, связанные с предоставлением услуги или производством товара.

Таким образом, грамотное доведения информации до потребителя это самая главная цель организации, насколько осведомленный будет клиент о продукте или услуги. Некоммерческим организациям необходимо применять и развивать маркетинг в организациях, для того что бы привлекать большее количество денег на реализацию поставленных целей организации.

Список литературы:

1. Источники финансов некоммерческих организаций//Портал «Энциклопедия экономиста» www.grandars.ru [адрес в сети Интернет: [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.grandars.ru/college/pravovedenie/ nekommercheskaya-organizaciya.html>]
2. Маркетинг некоммерческих организаций [Электронный ресурс] / Портал «Милай» www.milacenter.ru [адрес в сети Интернет: [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://milacenter.ru/market/79.html>]
3. Маркетинг [Электронный ресурс]/ Портал «Онлайн - Библиотека» www.litrus.net [адрес в сети Интернет: [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://litrus.net/book/read/72861?p=63>]
4. Маркетинговое исследование в некоммерческой организации [Электронный ресурс]/ Портал «Энциклопедия маркетинга» www.marketing.spb.ru [адрес в сети Интернет: [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.marketing.spb.ru/lib-special/branch/nonprofit.htm>]
5. Маркетинговое исследование в некоммерческой организации[Электронный ресурс]/ Портал «Энциклопедия маркетинга» www.marketing.spb.ru [адрес в сети Интернет: [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.marketing.spb.ru/lib-special/branch/nonprofit.htm?printversion>]
6. Предпринимательская деятельность некоммерческих организаций [Электронный ресурс] Портал «РоссийскийБухгалтер» www.rosbuh.ru [адрес в сети Интернет: [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://rosbuh.ru/?page=article&item=2376>]

МАРКЕТИНГОВОЕ УПРАВЛЕНИЕ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Мушкина Мария Викторовна

*студент 5 курса, «Экономика и менеджмент», ВПИ (филиал) ВолгГТУ,
РФ, г. Волжский*

E-mail: mary-mushkina@mail.ru

В настоящее время в силу определенных особенностей рыночной экономики взаимодействие в макропространстве предприятия имеет специфическую форму, сложившуюся в условиях посткризисного общества, нововведений в методах государственного регулирования и контроля, изменения конъюнктуры в целом. Многообразие форм и видов собственности, методов их сотрудничества или соперничества, процессы интеграции и другие, формируют пространство, в котором неинформированному предприятию крайне сложно и проблематично даже ориентироваться, не говоря уже об эффективном функционировании.

При этом каждое конкретное предприятие, разрабатывая стратегическую модель планирования своей деятельности, опирается не только на совокупность внутренней информации, но и вынуждено в силу своих возможностей, денежных средств, квалификации персонала анализировать внешнюю среду.

Последняя, в свою очередь, являясь совокупностью множества факторов, содержит в себе и маркетинговые составляющие, определяющие основные силы и законы взаимодействия на рынке. Они то и характеризуют и определяют место не только предприятия как субъекта, но и всей отрасли. Данные процессы имеют место абсолютно во всех областях жизнедеятельности, как для потребительских товаров, так и для товаров промышленного назначения, поэтому постановка вопроса о проведении и совершенствовании маркетинговой политики в настоящее время становится все более актуальным.

Внедрение, не только технологии, но и психологии маркетинга, во все без исключения предпринимательские структуры, использование его инструментов и методов в качестве основополагающих и одновременно с этим

развитие его в целях формирования стратегии определяет его, как самую первоочередную компоненту управления и менеджмента.

Маркетинг в целом и составляющие его комплекса в частности позволяют не только оценить текущее положение предприятия в среде, но и реализовывать долгосрочные стратегические инициативы по повышению его эффективности.

Несмотря на различия в трактовках и даже в компонентах комплекса маркетинга, данная концепция является интеграционным направлением управленческих воздействий, определяющих основные тенденции развития предприятия.

В самом простом понимании цель управления маркетингом — это увеличение объемов продаж. Однако если рассматривать ее в контексте существующих рыночных реалий и сути маркетинга вообще, то можно сделать вывод о том, что данная формулировка крайне нецелесообразна и неточна.

Маркетинг — это способ организации взаимодействий между покупателем и продавцом различными инструментами его комплекса с использованием характерных его методов для обеспечения эффективной деятельности предприятия. Эффективность же определяется не только экономическими составляющими и результатами, но и главное стратегическими целями и задачами: завоевание новых сегментов рынка, установление главенствующего влияния на рынок, создание барьеров.

Тем самым, осознавая его значимость, возникает необходимость в эффективном управлении, а, соответственно, в измерении поступающих и исходящих денежных потоков организации, которые в свою очередь являются определяющими, обобщающими, позволяют получать информацию об эффективности финансово-хозяйственной деятельности. Рассматривая маркетинг с этой стороны вопроса, оценка эффективности должна основываться на математических и статистических методах, расчетах соответствующих показателей, которых в настоящее время в методологии накопилось достаточное количество.

Тем самым учитывая специфичность целей маркетинговой деятельности, а именно первостепенность не прибыли как таковой, т. е. краткосрочной «победы», а стремление к достижению более глобальных и долгосрочных задач — необходимо, в том числе менять отношение к существующей системе измерителей, рассматривать их в долгосрочной стратегической перспективе.

Сегодня маркетинг накопил уже немалую теоретическую, методологическую базу и нашел практическую реализацию. Перманентное ее пополнение новыми примерами успешной деятельности, методик и мер управления создают прецеденты для вновь создаваемых компаний. Причем независимо от их размера, сфер деятельности, региональной и отраслевой специализации.

Эволюция маркетингового управления прошла множество этапов, тем самым сформировав множество управленческих концепций, среди которых можно выделить:

- прикладные концепции маркетинга в зависимости от сферы его применения;
- концепции маркетинга в зависимости от состояния спроса;
- управленческие концепции маркетинга [1].

Именно управленческие концепции маркетинга определяют системность его инструментов, объясняют и подчеркивают наличие и значимость синергетического эффекта их применения. Конечный пункт эволюции маркетингового управления сегодня гласит о первостепенности координации экономических, политических и общественных воздействий, направленных на установление сотрудничества с макросредой для выхода на новые рынки и эффективной реализации собственной деятельности на нем.

Так называемый «мегамаркетинг» является апогеем в развитии интеграционных процессов управления, включает в себя наибольший набор инструментария и элементов, ориентируется на самые широкие пространства и горизонты.

Приспосабливаясь к частным задачам и конкретным ситуациям на рынке, процесс реализации маркетинговой деятельности на предприятии, в общем, может включать следующие компоненты:

- комплексный анализ рынка;
- изучение потребительского сектора как такового, выявление нужд клиентов, спроса в целом;
- оценка и планирование компонентов комплекса маркетинга: товарной и ассортиментной политики, ценовой стратегии, сетей распределения и рекламного обеспечения бизнеса, подготовки кадрового обеспечения для реализации этих воздействий;
- анализ и разработка рекомендаций по улучшению производственного процесса и его управления [2].

Управление маркетингом может быть реализовано только лишь посредством составляющей менеджмента. Именно маркетинговое управление в соответствии с рациональным распределением управленческих действий и инструментов обеспечивает комплекс эффективного менеджмента.

Каждый компонент управленческой деятельности обязан быть проконтролирован соответствующей службой или отделом. Даже малый и средний бизнес в существующих условиях обязан соблюдать данный тезис.

Использование аутсорсинговых ресурсов или своих собственных, в лице десятков специалистов или нескольких из них, современное предприятие не выживет без надлежащего управления маркетингом.

Непонимание руководством требований современного общества и необходимости мониторинга изменений на рынке приводит к вопросу о величине затрат на маркетинг. Наличие данных статей затрат в структуре себестоимости никто не отменял, однако их размер является постоянным предметом распрей между дирекцией и отделом маркетинга.

Подчеркивая вышесказанное, следует заметить, что как нет единой наилучшей маркетинговой стратегии, так и нерационально утверждать что тот или иной набор методов и инструментов верный. Управление маркетингом —

это процесс достаточно обширный, так как соответствующего вида деятельность охватывает все стороны функционирования предприятия, от снабжения до сбыта. Эффективность этого процесса, главным образом, определяются распределением полномочий между отделами, разграничениями ответственности и сфер влияния, делегированию полномочий и жестким контролем. Противоречивость управления маркетингом, интегрирование в процесс основной деятельности организации и усложняют его реализацию.

Список литературы:

1. Мельниченко Л.Н. Эволюция маркетингового управления: основные этапы и современные тенденции// [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.russianmarket.ru/?pg=showdoc&iid=1198> (дата обращения 02.04.2014).
2. Певцов Е.Д., Колесникова А.Г. Организация службы маркетинга на предприятии // [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.scienceforum.ru/2013/103/6425> (дата обращения 02.04.2014).

ПСИХОЛОГИЯ ЛЖИ В РЕКЛАМЕ

Полищук Яна Валентиновна

*студент 2 курса, кафедра маркетинга и коммерции
Московского государственного университета экономики, статистики
и информатики (МЭСИ),
РФ, г. Москва
E-mail: [yxexee@mail.ru](mailto:yhexee@mail.ru)*

Шкляр Татьяна Львовна

*научный руководитель, канд. эконом. наук, старший преподаватель
Московского государственного университета экономики, статистики
и информатики (МЭСИ),
РФ, г. Москва*

За последние несколько десятилетий в мире произошло огромное количество перемен: поменялось общество, трансформировалась экономика и политика абсолютно каждого государства, изменилась ментальность людей, живущих в разных частях земного шара. Развитие подобных процессов и решение проблем, связанных с ними, напрямую зависит от системы информационных связей в обществе, от мотивации, меняющей поведение и восприятие отдельно взятого человека. В сложившихся условиях возрастает роль рекламы.

Реклама — это один из важнейших инструментов рыночного воздействия и проведения политических кампаний. Некоммерческие формы рекламы привлекают внимание общества к наиболее актуальным социальным проблемам, помогают в становлении культурных ценностей и национальных идеалов. Безусловно, характер рекламы отражает уровень развития общества, социальных и экономических отношений. Яркая, порой навязчивая реклама, стала неотъемлемой частью современной действительности не только зарубежных стран, но и России тоже, также нельзя не отметить, что реклама пронизывает все сферы общественной жизни.

Что же такое реклама? Ответ прост: грамотное информирование потребителя о товаре или услуге. Следует заметить, что это всего лишь от части является верной интерпретацией — для современного общества реклама —

это вездесущее, всепроникающее, профессиональное. Однако все не так просто, как может показаться, реклама — это грамотное психологическое воздействие на человека. Об этом написано немало книг и статей. В книге «Экспериментальная психология в российской рекламе» психологи А.Н. Лебедев и А.К. Боковиков проводят мысль: «Реклама в целом — это вовсе не информация, как может показаться сначала, это психологическое программирование людей, причем без всякого на то их желания. Так и нужно относиться к рекламе. В противном случае всегда будет существовать опасность, что рано или поздно она начнет управлять нами не только в экономической, но и в нравственной сфере. Ведь в конечном итоге мы должны купить товар, а не просто узнать о его существовании. Никто не станет выбрасывать огромные деньги только для того, чтобы сообщить нам о том, что появился новый товар, не надеясь, что мы купим его... Возможность выбора при восприятии рекламы призрачна, иллюзорна. Но хорошая реклама обязательно такую иллюзию создает. Она убеждает вас, что вы сделали этот выбор сами, и что он является единственно правильным»¹

И действительно, хорошо сделанная реклама учитывает практически все особенности психологии человека и ищет слабое место в подсознании, чтобы «внедрить» туда мысль о покупке того или иного товара или использования услуги. Фактически речь идет о лжи, пусть и не кричащей, но заметной. Если это сделано профессионально, то потенциальный потребитель уже практически ваш. Существуют ключевые приемы в рекламе, которые в корне являются лживыми:

- **Преувеличение.** Этот прием используется самым активным образом всеми без исключения рекламистами. Преувеличения качеств — достоинств продукта часто называют «дутой рекламой». Производитель словно намекает

¹ Лебедев А.Н., Боковиков А.К. *Экспериментальная психология в российской рекламе.*

на то, что их товар лучше, приписывая им какие-либо качества. Но каким бы удивительным это не казалось, такой прием приносит свои плоды и число продаж значительно возрастает, да и люди, в общем-то, привыкли к тому, что реклама преувеличивает. Наглядным примером действительно сильного преувеличения является рекламная кампания “Old Spice”, где показано, как мужчина, словно богатырь, при помощи одной руки перекачивает бревно, строит кухню, печет пирог, а затем ныряет в джакузи. И все это меньше чем за 30 секунд.

- **«Заманить и подменить»** — очень популярная рекламная уловка.

Такой прием «заманить и подменить» может существовать в двух вариантах. Реклама может предлагать товар (например, микроволновую печь) по одной цене, а уже в магазине потенциальным покупателям объясняют:

1. по рекламной цене предлагалась одна из самых простых моделей, и, добавив некую сумму, можно купить товар более высокого качества;
2. показанный в рекламе товар уже распродан, но другие модели (по более высокой цене) еще доступны.

- **Тонкий подтекст.** Один из самых щекотливых и коварных приемов в рекламе. Производитель намекает на то, что обладание товаром заставит Вас чувствовать себя по-иному, реклама путевки, например, на Кипр обязательно сопровождается романтическим подтекстом — тонкий намек, главное оружие рекламщика. Причем воздействие на психологическую сторону личности основывается на том, чтобы вызвать у человека как можно больше ассоциаций и эмоций.

- **Замещение.** Не так редко на прилавках Вы с легкостью можете отыскать, гель для душа с капелькой французских духов, корм для животных с курицей или картофельных чипсов со вкусом гамбургера. Однако содержание указанных компонентов на самом деле очень мало. Нередко приходится слышать ролики о корме для животных с курицей, о геле для душа с духами, чипсах с сыром. Но если на полке будет стоять гель для душа с ароматом духов и с ароматом фруктов, что выберет молодая женщина?

- **Подтверждение несуществующего.** Этот трюк является в последнее время одним из самых популярных. На упаковке продукта пишется то, чего там по определению не может содержаться (в силу специфики продукта): масло без холестерина, соль без ГМО, йогурт с бактериями.

- **Страх.** В современном рекламном бизнесе, страх потребителя имеет большую ценность. Может показаться, какое отношение он имеет ко лжи в рекламе? Однако именно при чувстве страха потребители совершают самые необдуманные покупки. Манипулируя этим чувством, немало крупных корпораций зарабатывают на этом миллионы и даже миллиарды долларов. Хороший пример — это «эпидемия» птичьего гриппа, когда с полок все аптек буквально со скоростью света исчезают все средства, укрепляющие иммунитет. Поэтому производители могут пугать нынешнего потребителя, показав каким он будет одиноким, некрасивым, глупым или...даже мертвым без рекламируемого товара. Эффект не заставит себя долго ждать.

- **Суперценность.** Используя этот прием, производитель убеждает потребителя в том, что товар обладает огромной ценностью, что он уникален и люди готовы пойти ради него на все, лишь бы он оказался в руках счастливого человека.

- **Игра на контрастах.** Прием используется достаточно давно. Всем знакомы рекламы про «наш» и «обычный» стиральный порошок (реклама компании Procter & Gamble стиральный порошок Tide). Иногда игра на контрастах превращается в настоящую войну между корпорациями, например, компании Coca-Cola и PepsiCo, ведущие непрерывное соперничество.

Нельзя не отметить, что реклама также не терпит сухой констатации правдивой информации. И именно эта реклама уступает по эффективности своим хитрым, лживым соперницам. Речь больше идет о печатной рекламе на листовках, брошюрах, которые не должны быть перегружены цифрами и фактами. Перегруженная реклама не сможет заинтересовать потенциального потребителя.

Русская народная пословица гласит «Умная ложь лучше глупой правды». Правда — это относительное понятие, которое имеет глубокие отличия

от истины, многие путают эти понятия. Истина — это объективная реальность, которая не зависит от чьего-либо мнения, оценок, взглядов, а правда — это выражение собственного взгляда на ситуацию или положение вещей. Правды разных людей могут быть похожими и образовывать группу людей, которые имеют схожие мнения на один и тот же счет. Ложь — сокрытие или искажение информации о чем-либо, ком-либо. Однако ложь в рекламе и ложь в жизни — две большие разницы. Слишком лестно будет сравнивать рекламу с искусством, однако никто не упрекал известного художника, основоположника кубизма Пабло Пикассо в том, что он привносил в мир что-то лживое, когда изображали свою «правду».

В заключение, необходимо сказать, что реклама — это не просто демонстрация товара потенциальному производителю, яркие билборды, листовки, веселые ролики на телевидении или радостные напевы на радио, это, прежде всего, грамотное воздействие на психологию человека, в частности, рекламисты без зазрения совести прибегают к завуалированной лжи. Орудя подобными приемами, без труда можно воздействовать на потребителя так, что он будет уверен в том, что сам покупает продукт, будет уверен в качестве и, что товар имеет ряд преимуществ перед конкурентами.

Список литературы:

1. Лебедев А.Н., Боковиков А.К. Экспериментальная психология в российской рекламе. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.biblus.ru/Default.aspx?book=89a37i0a3>(дата обращения 15.04.2014).
2. Ложь в рекламе [Электронный ресурс]: — Режим доступа. — URL: <http://jnet.kz/blog/marketing/779.html> (дата обращения 15.04.2014).
3. Ложь в рекламе эффективна? [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://mediakritika.by/article/lozh-v-reklame-effektivna> (дата обращения 15.04.2014).
4. Чарльз В. Форд Психология обмана. Как, почему и зачем лгут даже честные люди? [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://modernlib.ru/books/charlz_ford/psihologiya_obmana_kak_pochemu_i_zachem_lgut_dazhe_chestnie_lyudi/read_1/(дата обращения 15.04.2014).

СЕКЦИЯ 2. МЕНЕДЖМЕНТ

АКТУАЛЬНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КОНСАЛТИНГОВЫХ УСЛУГ ПРИ ПРОЕКТИРОВАНИИ АРХИТЕКТУРЫ ПРЕДПРИЯТИЯ

Антипов Владимир Викторович

*студент 2 курса, кафедра инновационного и проектного управления
ОмГУ им. Ф.М. Достоевского,
РФ, г. Омск
E-mail: vladimirantipov1989@mail.ru*

Катунина Ирина Владимировна

*научный руководитель, д-р экон. наук, доцент ОмГУ им. Ф.М. Достоевского,
РФ, г. Омск*

Рынок профессиональных консультационных услуг в России существует на протяжении более чем 25 лет. Но среди возможных потребителей консультационных услуг пока нет однозначного мнения о необходимости и целесообразности использования услуг консультантов. На сегодняшний день у руководителей предприятий не сформировалось адекватного представления о возможностях консультантов, а также о пользе для предприятия, получаемой в результате их работы. Существуют объективные и субъективные причины столь медленного развития консалтинговых услуг в России.

К объективным причинам относятся:

- ограниченность или отсутствие денежных средств, которые могут быть использованы для оплаты таких услуг;
- слабое развитие промышленности;
- отсутствие соответствующего образования.

Субъективные причины кроются в мышлении руководителей и директоров предприятий. Многие руководители, особенно старой формации, не понимают, зачем обращаться к консультанту. Для них непонятно, как человек, не работающий в данной организации, может эффективно помочь в решении

проблем компании. Менеджеры и администраторы привыкли получать приказы «сверху» и передавать их своим подчиненным, поэтому они не осознают того, что получать независимые советы о том, что и как нужно делать в управлении — норма рыночной деятельности.

Целью настоящей статьи является определение необходимости использования консалтинговых услуг (теоретических положений и методических основ консалтинга), используемых в процессе проектирования архитектуры предприятия, на основании анализа данных, существующего рынка консалтинговых услуг.

На сегодняшний день при проектировании архитектуры предприятия появляется необходимость консультационной поддержки, вызванная постоянно меняющимися условиями на рынке и поддержанием конкурентоспособности фирм. В настоящее время все больше руководителей и аналитиков начинают испытывать потребность в комплексном описании и планировании развития своей организации. Это им нужно как минимум для того, чтобы знать, что их организация представляет собой в реальности, поддерживать рациональный порядок ее устройства, а затем — приступить к ее планомерному развитию или трансформации с учетом всех важных обстоятельств. Таким целям служит «Архитектура предприятия» (АП, Enterprise Architecture) — важнейшая комплексная дисциплина нашего времени. В мире наблюдается настоящий бум работ в этой области, в штатных расписаниях позиция «Enterprise Architect» заняла устойчивое положение, ведущие университеты разработали углубленные курсы и выпускают квалифицированных специалистов данного профиля.

Оказание консультационной помощи при проектировании архитектуры предприятия требует от консультанта глубоких знаний и опыта в специализированных областях (управленческое консультирование, бизнес-информатика) и при этом наличия умения их интегрировать и применять на практике. Существует практические причины, по которым директора

и руководители предприятий обращаются к консультантам при проектировании архитектуры предприятия:

1. Несовершенство современных методов проектирования архитектуры предприятия. Существующие методы построения архитектуры предприятия являются общими, и не учитывают специфику каждой отдельной организации. Руководителям предприятия очень сложно определиться с выбором методики, а также адаптировать выбранную методику к своей организации. Консультанты же обладают большим опытом и навыками выбора и адаптации методики построения архитектуры предприятия.

2. Субъективность оценки ситуации. Собственный персонал предприятия в независимости от квалификации и должностных компетенций не в состоянии дать объективную и полную оценку ситуации, даже исследуя ее по наработанной методике, по причине личной заинтересованности в результате. Внешний консультант свободен от представлений предприятия и не имеет личных интересов в предприятии заказчика, т. е. независим и объективен.

3. Соппротивление изменениям. Использование консалтинговых услуг по проектированию архитектуры предприятия, используются в основном только крупными предприятиями, и предполагает «глобальную» оптимизацию организации. При оптимизации предприятия собственными силами изменения будут сопровождаться большим сопротивлением сотрудников организации, чем, если будет проводиться внешним консультантом.

4. Профессиональная помощь на временной основе. Услуги по консультированию в области построения архитектуры предприятия на данный момент в России являются дорогостоящими и носят постоянно-периодический характер, когда требуется высокая квалификация, но держать высокооплачиваемого специалиста на ставке нецелесообразно.

5. Высокая квалификация и специальный опыт (знания и навыки). Для проектирования архитектуры предприятия необходим достаточно высокий уровень знаний, который требует специальной подготовки и обучения. На предприятие отсутствует персонал необходимой квалификации,

так как на постоянной основе он не нужен, а следовательно не нужны и затраты на обучение. Внешняя консультационная организация предоставляет необходимый персонал и максимально эффективную работу.

6. Обучения персонала в процессе консультирования. В современном понимании консультирования этому моменту уделяется большое внимание. Многие клиенты обращаются к консультантам не для того, чтобы найти решение одной отдельной проблемы, а чтобы приобрести особые технические знания консультанта и освоить методы, которые он применяет при выявлении проблем и осуществления изменений.

7. Экономическая эффективность от использования консультирования. Помимо технических и образовательных аспектов при использовании консультантов следует принимать во внимание также финансовую сторону дела. Услуги не бесплатны, и крупный проект может оказаться дорогим и рискованным. Взаимосвязь между затратами и доходами — важный фактор для принятия решения об использовании консультанта. В принципе оно оправдано, только если доходы выше расходов.

Не менее важными причинами обращения к консультантам также могут быть:

- повышение собственного имиджа в глазах акционеров, персонала, контрагентов;
- с помощью авторитетных консультантов менеджеры компании продвигают уже подготовленные решения перед акционерами, профсоюзами, государством;
- перекладывание ответственности за принятие решения на консультанта;
- решение личных проблем менеджеров и собственников предприятий.

Таким образом, можно сделать вывод, что потенциальный заказчик консалтинговых услуг стремится к повышению ценности своего бизнеса. Клиент будет считать консалтинговые услуги привлекательными и необходимыми только в том случае, если это будет что-то такое, что он самостоятельно не сможет сделать. Более того, это должно быть

наилучшее предложение для вложения денег, учитывая все другие альтернативы, которые мог бы приобрести клиент.

Наиболее востребованными на сегодняшний день являются следующие виды консалтинговых услуг: общее управление и администрирование; финансовый, юридический, налоговый, маркетинговый, IT-консалтинг; управление кадрами; производственный консалтинг; оценочная деятельность.

В основном все эти сегменты успешно развиваются, в том числе на российском рынке, на что указывают показатели его объема за последние годы. Если в 2006 году объем рынка консалтинговых услуг в России не превышал \$ 1,65—1,85 млрд, то к концу 2011 он составил \$ 2,5 млрд, а уже к 2013 г. поднялся до \$ 3 млрд. Российский рынок консультационных услуг в 2012 году вырос на 20 %. Такой результат был обеспечен благодаря резкому (на 28 %) росту сектора консалтинга в сфере информационных технологий, на который приходится более половины объема российского рынка консультационных услуг. Если же рассматривать рынок консалтинга без учета IT, рост оказался равным 13 %. Кроме консалтинга в области IT, на российском рынке к 2013 году оказались востребованными финансовый, управленческий консалтинг, оценочная деятельность, также налоговый, юридический консалтинг и некоторые другие его виды [1].

Рынок консалтинговых услуг в России емкий и разносторонний. Как показывает статистика, он находится в своем расцвете и стабильно развивается, причем довольно быстрыми темпами. По отметкам экспертов, главный фактор нынешней динамики рынка консалтинга — посткризисное восстановление. Способствует его развитию не только изменение экономической ситуации, но и приход на наш рынок иностранных компаний, что стимулирует конкуренцию и внедрение инновационных решений.

Реальная ситуация в стране, изменения, происходящие в экономике, политике, социальной сфере диктуют адекватную реакцию со стороны консультантов. Поэтому основную тенденцию развития рынка в ближайшее время можно определить так: рынок будет развиваться по различным

направлениям в зависимости от складывающихся потребностей экономики [2, с. 396].

По данным исследований РА «Эксперт» и результатам опроса консалтинговых компаний журналом «Деловой Петербург», для консалтингового бизнеса складывается благоприятная конъюнктура. Основа нынешнего роста — восстановление инвестиционных процессов и спроса на их сопровождение, сделки с активами, а также отложенные потребности клиентов в повышении эффективности деятельности. Таким образом, основными предпосылками последующего развития консультационной отрасли в России могут стать:

1. Присоединение России к Всемирной торговой организации;
2. Экономическая глобализация;
3. Внедрение инноваций и решение задач технологического развития;
4. Общее развитие корпоративных процессов и повышение качества ведения бизнеса;
5. Государственная поддержка развития управленческого консультирования и другие [5, с. 164—165].

Из вышесказанного можно сделать вывод, о том, что в современных условиях развития технологий, нехватка собственных знаний и навыков в области построения архитектуры, для предприятий является отправной точкой для обращения к консультантам. Потребность в применении консалтинга в области проектирования архитектуры предприятий подтверждается и тем фактом, что затраты российских компаний на услуги консультантов в последние годы только увеличились.

Таким образом, актуальность использования консалтинговых услуг при проектировании архитектуры предприятий является оправданным методом решения существующих проблем.

Список литературы:

1. Аналитический отчет DISCOVERY Research Group «Рынок консалтинговых услуг в России в 2013 году». [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: // <http://marketing.rbc.ru/research/562949989867762.shtml> (дата обращения 28.03.2014).
2. Бушуева Л.И. Статистический анализ российского консалтингового рынка: оценка текущего состояния и перспективы развития / Л.И. Бушуева, В.А. Шайхлисламова // Проблемы современной экономики. — 2012. — № 02. — с. 395—400.
3. Консалтинговая группа 8 «Развитие консалтинга в регионах и его проблемы». [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: // <http://www.8group.ru/> (дата обращения 20.03.2014).
4. Макарова Ж.А. Анализ рынка консультационных услуг Сибирского федерального округа / Ж.А. Макарова // Молодой ученый. — 2013. — № 9. — с. 213—216.
5. Макарова Ж.А. Управленческое консультирование в России: специфика становления и перспективы развития// Вестник Омского университета. Серия «Экономика». — 2013. — № 3. — с. 162—165.
6. Рейтинговое агентство «Эксперт РА». [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: // <http://www.raexpert.ru/> (дата обращения 20.03.2014).

**ПРИМЕНЕНИЕ МЕТОДИКИ SWOT-АНАЛИЗА
И ПОСТРОЕНИЕ ДЕРЕВА РЕШЕНИЙ
В ИССЛЕДОВАНИИ ПРОБЛЕМЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО
РАЗВИТИЯ ЛИЧНОСТИ**

Воробьева Марина Вячеславовна

*студент 2 курса, факультет управления и бизнес-технологий
КФ ФИНУНИВЕРСИТЕТА,
РФ, г. Калуга
E-mail: marina9040@yandex.ru*

Швецова Светлана Тимофеевна

*научный руководитель, канд. пед. наук, доцент КФ ФИНУНИВЕРСИТЕТА,
РФ, г. Калуга*

В настоящее время в различных профессиональных областях, в том числе и в сфере менеджмента, актуальным является требование качественной подготовки и отбора специалистов. В связи с этим как для опытных работников, так и для студентов вузов, не утрачивает научно-практической новизны проблема профессионального развития личности. Высокий уровень развития профессионально важных качеств и компетенций способствует значительному повышению эффективности труда, а также повышению уровня внутренней мотивации. В современных условиях процесс профессионального развития сопровождается привлечением инновационных технологий обучения, которые инициируют активную учебно-познавательную деятельность специалиста, мотивацию, профессиональную идентичность, развивают личностные качества, позволяют строить индивидуальную траекторию развития профессиональных компетенций. В этом направлении используются уже известные и разрабатываются новые различные методики, позволяющие раскрыть сущность данной проблемы и наметить оптимально грамотные пути ее решения. Принимая во внимание все многообразие существующих методик исследования проблемы профессионального развития личности, применим известный инструмент стратегического управления, а именно, метод SWOT-анализа для выработки эффективной стратегии принятия решений в русле данной проблемы.

Аббревиатура SWOT означает: Strengths — сильные стороны; Weakness — слабые стороны; Opportunities — возможности; Threats — угрозы. Иными словами, SWOT — это анализ сильных и слабых сторон организации, а также возможностей и угроз со стороны окружающей среды. «S» и «W» относятся к состоянию компании, а «O» и «T» к внешнему окружению организации. SWOT-анализ позволяет оценить силы и ресурсы организации, необходимые для реализации имеющихся возможностей и противостояния внешним угрозам, а также внутренние недостатки, требующие скорейшего устранения. К сильным сторонам данного метода можно отнести: возможность применения в самых разнообразных сферах экономики и управления, возможность адаптации к объекту исследования любого уровня, свободный выбор анализируемых элементов в зависимости от поставленных целей, возможность применения, как для оперативного контроля деятельности организации, так и для стратегического планирования.

Однако, по мнению многих специалистов, выявляются проблемные аспекты данного метода. Проведя анализ публикаций по теме, можно выделить следующие возможные недостатки SWOT-анализа:

1. Неточность оценки, возникающая как следствие отклонения выбора предмета анализа от предмета оценки. Например, оценивая конкурентоспособность компании, ошибочно рассматривают факторы конкурентоспособности продукции.

2. Субъективность метода и зависимость исследовательской значимости результатов анализа от уровня компетенции и профессионализма аналитика.

3. Вероятность возникновения завышенных ожиданий, недооценка угроз.

4. SWOT-анализ принадлежит к группе так называемых инструктивно-описательных моделей стратегического анализа, которые показывают только общие цели, а конкретные мероприятия для их достижения надо разрабатывать отдельно.

5. Затруднения при использовании в процессе мониторинга, так как результаты данного неформализованного метода представляются в виде качественного описания.

6. Необходимость привлечения больших массивов информации для реализации метода, что требует значительных затрат, иначе менеджеры будут оценивать важные факторы, не имея достоверной информации о них.

7. Сложность разделения будущего и настоящего времени при оценке факторов внешней и внутренней среды компании. Возникает проблема отнесения различных факторов к угрозам и возможностям, преимуществам и слабостям уже не с точки зрения различных групп, а с точки зрения различных временных отрезков.

8. Допущение непрерывности действия факторов внешней и внутренней среды, в то время как оно, чаще всего, носит дискретный характер [1].

Несмотря на возникающие сложности при применении данной методики, SWOT-анализ является весьма эффективным инструментом принятия решений. Данная методика широко используется в сфере финансового менеджмента и маркетинга. Однако автору статьи было интересным освоить методику SWOT-анализа и научиться применять её в несколько необычных условиях. Как показала практика, SWOT-анализ позволяет получить весьма интересные результаты, которые можно в дальнейшем использовать в исследовании проблем и перспектив собственного профессионального развития. Для разработки мероприятий, направленных на совершенствование профессионального уровня, автором предложена не менее известная методика — дерево решений, позволяющая на наглядном уровне описать возможные варианты достижения поставленных целей профессионального развития.

Принимая во внимание «плюсы» и «минусы» SWOT-анализа, применим данный инструмент к рассмотрению проблемы профессионального развития личности студента — будущего менеджера. Будем опираться на собственный опыт и желание целенаправленно с учетом личных качеств совершенствоваться

свой профессиональный уровень, учиться определять стратегию собственного профессионального развития уже в стенах вуза.

Результаты SWOT-самоанализа приведены в Таблице 1.

Таблица 1.

Результаты SWOT-самоанализа на основе стандартной матрицы

Сильные стороны	Слабые стороны
<ol style="list-style-type: none"> 1. Любознательность. 2. Коммуникабельность, тактичность. 3. Грамотная речь. 4. Ответственное отношение к делу. 5. Владение объемной теоретической базой. 6. Устойчивая нервная система. 7. Хорошая память. 8. Уверенность в себе. 9. Подвижность, гибкость. 10. Способность творчески подходить к решению проблем. 11. Способность объективно оценивать ситуацию. 12. Жизнелюбие, оптимизм. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Средняя степень организации рабочего процесса, отсутствие чётко распланированного графика и последовательных действий. 2. Отвлечённость на посторонние дела. 3. Затруднения при расстановке приоритетов, стремление охватить очень большой объем информации. 4. Недостаток силы воли. 5. Легкость достижения компромиссов с автором работы. 6. Отсутствие попыток попробовать себя в принципиально новых видах деятельности.
Возможности	Угрозы
<ol style="list-style-type: none"> 1. Положительное социальное окружение. Круг здравомыслящих адекватных людей. 2. Обучение в интеллектуальной среде, характеризующейся постоянными потоками новых идей. 3. Непосредственное общение с преподавателями и студентами. 4. Участие в общественной жизни университета, написание статей, создание стенгазет. 5. Развитая информационная среда, использование различных образовательных ресурсов. 6. Получение диплома, подтверждающего высокое качество образования. Обучение в вузе, находящемся на хорошем счету у работодателей. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Небольшой практический опыт. 2. Усиление конкуренции на рынке трудовых ресурсов. 3. Неучастие в различных профессиональных тренингах, семинарах, конференциях. 4. Размытое представление об обратной стороне профессиональной деятельности. 5. непонимание руководителей организаций всей важности привлечения профессиональных менеджеров к управлению фирмой.

Проведем комплексную оценку возможностей и угроз с учётом сильных и слабых сторон. Оценка возможностей с учётом сильных сторон представим в Таблице 2.

Если вести речь о слабых сторонах при имеющихся возможностях, то можно отметить, что, к примеру, стремление охватывать большие объёмы информации при огромном разнообразии информационных источников может привести к возникновению задержек в выполнении работы или, по крайней мере, больших затруднений при работе с большими массивами информации. Данное обстоятельство смягчается тем, что автор этой работы обладает хорошей памятью и устойчивой нервной системой, что говорит о хорошей работоспособности. Поэтому очевидных изъянов не наблюдается. Но, тем не менее, на этот факт следует обратить внимание, так как периодические непомерные нагрузки отнимут массу свободного времени и приведут к хронической утомляемости.

Автор работы имеет сложности с организацией рабочего процесса в связи с отвлеченностью на посторонние дела, отсутствием планов и последовательных действий, что является слабыми сторонами. Такая возможность, как участие в общественной жизни университета, написание статей, позволит студенту более тщательно, рационально планировать своё время для того, чтобы умело совмещать общественную жизнь с учёбой. В результате этого студент получит навык грамотного планирования, управления своим временем. Гарантия реализации данного предположения неоднозначна. С одной стороны, его воплощение подтверждается сильной стороной автора — ответственным отношением к любому вопросу. Стремление качественно выполнить работу заставит его грамотно распланировать время, чтобы всё успеть. Но с другой стороны, есть и слабая черта — недостаток силы воли. Студент может отказаться от участия в общественной жизни с целью предупреждения трудностей в учебном процессе в связи с возникшей большой нагрузкой.

Непонимание руководителями организаций важности привлечения профессиональных менеджеров к управлению фирмой является потенциальной угрозой, так как будучи принятым на работу, молодой специалист будет выполнять рутинную работу, не влияющую на развитие фирмы. Недооценка профессиональных качеств молодого специалиста неблагоприятно скажется

на становлении студента, как грамотного востребованного специалиста. Создаётся новая угроза – новоиспечённый специалист не сможет проявить свои навыки и дополнительные умения, и, таким образом, снизит свой потенциал. В нашем случае такие сильные стороны, как развитые коммуникативные навыки, гибкость, уверенность в себе, владение объемной информационной базой предотвратят возможные негативные тенденции. В любом случае, человек сможет себя реализовать. Оптимизм и жизнелюбие — весомая поддержка данному аргументу.

Таблица 2.

Оценка возможностей с учетом сильных сторон

		<i>Возможности</i>					
<i>Описание</i>		Положительное социальное окружение. Круг здравомыслящих адекватных людей.	Непосредственное общение с преподавателями и студентами.	Обучение в интеллектуальной среде, характеризующейся постоянными потоками новых идей.	Участие в общественной жизни университета, написание статей, создание стенгазет.	Развитая информационная среда, использование различных образовательных ресурсов	Обучение в вузе, находящемся на хорошем счету у работодателей. Получение диплома, подтверждающего высокое качество образования.
Сильные стороны	Любознательность.					Развитие профессионального опыта. Пополнение базы знаний.	

Коммуникабельность, тактичность.		Развитие коммуникативных навыков.	Зарождение контактов с будущими востребованными специалистами.			
Грамотная речь.				Возможность зарекомендовать себя у руководства вуза с положительной стороны.		
Ответственное отношение к делу.						
Владение объемной теоретической базой.						Возможность создать имидж профессионального востребованного специалиста, зарекомендовать себя у работодателя с положительной стороны.
Уверенность в себе.						
Подвижность, гибкость.						
Способность творчески подходить к решению проблем.				Реализация творческого потенциала.		

	Способность объективно оценивать ситуацию.	Возможность найти новых друзей и создать правильный круг общения.	Познание психологии людей, знакомство с «человеческим фактором».	Совершенствование навыка разработки решений для различных ситуаций.			
--	--	---	--	---	--	--	--

Такая угроза, как небольшой практический опыт, отсутствие взаимодействия с реальными экономическими субъектами на «профессиональном» поприще — вопрос времени. Такие сильные стороны, как любознательность, подвижность, активность и гибкость автора, позволят приобрести недостающий опыт.

Можно проследить и другие взаимосвязи. Здесь описаны одни из немногих, но самые очевидные.

Следующим этапом работы стало построение таблицы SWOT взвешенной балльной оценки. Результаты отражены в Таблице 3.

Таблица 3.

SWOT взвешенная балльная оценка

	Значимость	Оценка	Взвешенная оценка в баллах	Доля
Сильные стороны				
1. Любознательность.	3	4	12	0,06
2. Коммуникабельность, тактичность.	5	5	25	0,12
3. Грамотная речь.	5	5	25	0,12
4. Ответственное отношение к делу.	4	4	16	0,08
5. Владение объемной теоретической базой.	4	3	12	0,06
6. Устойчивая нервная система.	2	5	10	0,05
7. Хорошая память.	2	5	10	0,05
8. Уверенность в себе.	4	4	16	0,08
9. Подвижность, гибкость.	5	5	25	0,12

10. Способность творчески подходить к решению проблем.	3	5	15	0,07
11. Способность объективно оценивать ситуацию.	5	4	20	0,09
12. Жизнелюбие, оптимизм.	5	5	25	0,12
Итого			211	1
Слабые стороны				
1. Средняя степень организации рабочего процесса, отсутствие чётко распланированного графика и последовательных действий.	5	5	25	0,3
2. Отвлечённость на посторонние дела.	4	4	16	0,19
3. Затруднения при расстановке приоритетов, стремление охватить очень большой объем информации.	3	5	15	0,18
4. Недостаток силы воли.	5	4	20	0,24
5. Легкость достижения компромиссов со мной.	3	1	3	0,04
6. Отсутствие попыток попробовать себя в принципиально новых видах деятельности.	3	2	6	0,07
Итого			85	1
Возможности				
1. Положительное социальное окружение. Круг здравомыслящих адекватных людей.	5	5	25	0,23
2. Обучение в интеллектуальной среде, характеризующейся постоянными потоками новых идей.	3	4	12	0,11
3. Непосредственное общение с преподавателями и студентами.	5	5	25	0,23
4. Развитая информационная среда, использование различных образовательных ресурсов.	4	5	20	0,19
5. Участие в общественной жизни университета, написание статей, создание стенгазет.	2	3	6	0,06
6. Получение диплома, подтверждающего высокое качество образования. Обучение в вузе, находящемся на хорошем счету у работодателей.	5	4	20	0,19
Итого			108	1
Угрозы				
1. Небольшой практический опыт.	5	5	25	0,48
2. Усиление конкуренции на рынке трудовых ресурсов.	1	1	2	0,04

3. Неучастие в различных профессиональных тренингах, семинарах, конференциях.	2	3	6	0,12
4. Размытое представление об обратной стороне профессиональной деятельности.	4	4	16	0,3
5. Непонимание руководителей организаций всей важности привлечения профессиональных менеджеров к управлению фирмой.	3	1	3	0,06
Итого			52	1

Таким образом, наиболее значимые и очевидные сильные стороны автора: коммуникабельность, грамотная речь, подвижность, гибкость, оптимизм.

Наиболее значимые и очевидные недостатки автора — слабая организация рабочего процесса, отсутствие чётко распланированного графика и последовательных действий, отвлеченность на посторонние дела, затруднения при расстановке приоритетов.

Возможности, на которые следует обратить внимание — положительное социальное окружение, непосредственное общение в пределах университета, развитая информационная среда, возможность использования различных образовательных ресурсов, в конечном итоге — окончание высшего учебного заведения с хорошей репутацией. Данные возможности в настоящее время реализуются в полной мере.

Угрозы, на которые следует обратить внимание — небольшой практический опыт, неучастие в различных научных мероприятиях, проводимых в пределах и за пределами университета.

На сегодняшний день сложившаяся ситуация позволяет воспользоваться представленными возможностями и организовать мероприятия для искоренения слабых сторон и повышения устойчивости студента к негативным тенденциям внешней среды, угрозам, связанным с взаимодействием с различными субъектами и организациями.

Для дальнейшего успешного профессионального развития необходимо увеличить активность студента, а также предпринять систему мер, направленных на совершенствование организованности и дисциплинированности.

Проблема собственного профессионального развития автора заключается в недостатке активности, а также организованности. В связи с этим было разработано следующее дерево решений (см. Рисунок 1).

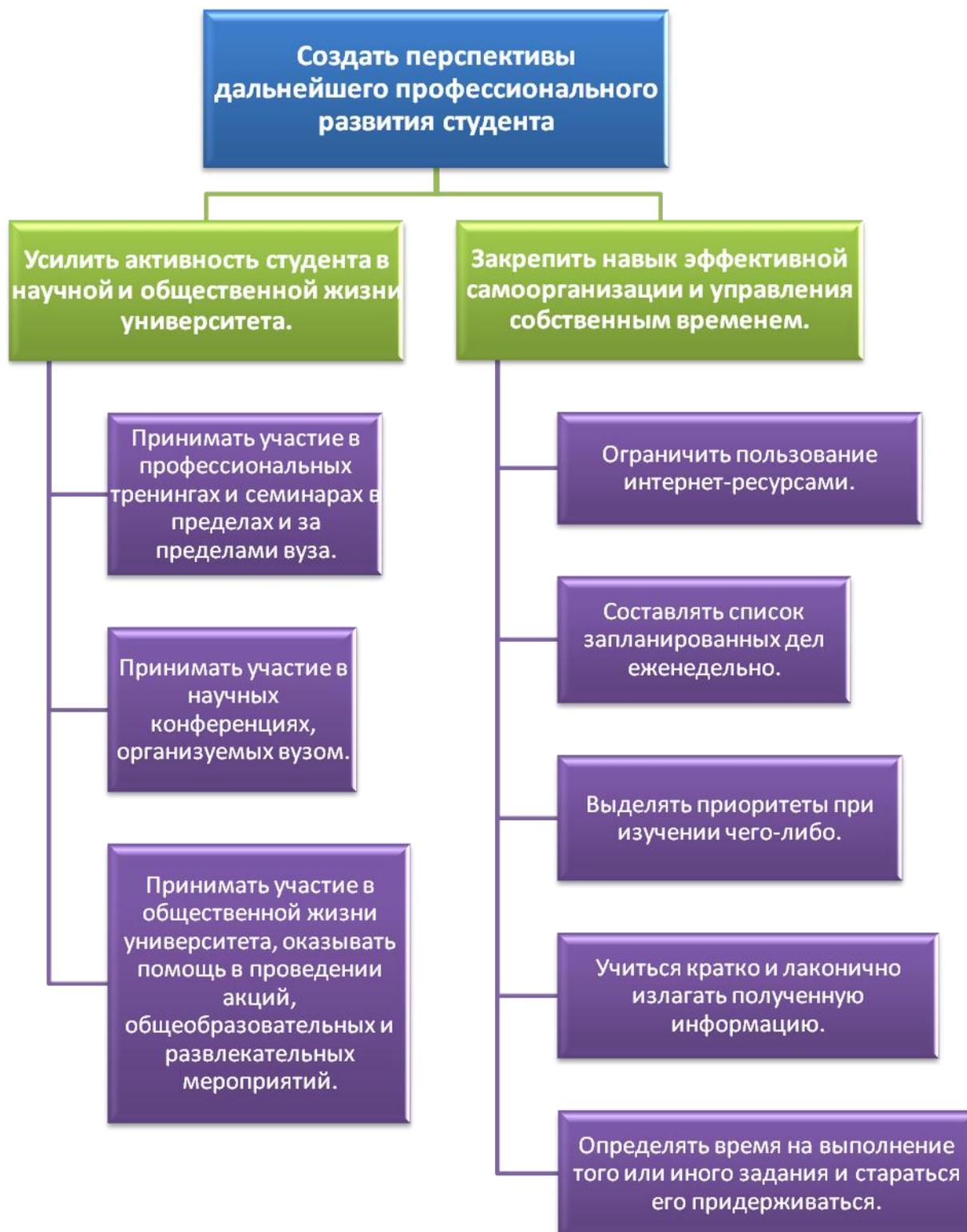


Рисунок 1. Дерево решений

Результаты квантификации ветвей дерева решений представлены в Таблице 4.

Таблица 4.

Результаты квантификации дерева решений

Решение	Коэффициент относительной важности
Принимать участие в профессиональных тренингах и семинарах в пределах и за пределами вуза.	$0,5 * 0,6 = 0,3$
Принимать участие в научных конференциях, организуемых вузом.	$0,3 * 0,6 = 0,18$
Принимать участие в общественной жизни университета, оказывать помощь в проведении акций, общеобразовательных и развлекательных мероприятий.	$0,2 * 0,6 = 0,12$
Ограничить пользование интернет-ресурсами.	$0,3 * 0,4 = 0,12$
Составлять список запланированных дел еженедельно.	$0,1 * 0,4 = 0,04$
Выделять приоритеты при изучении чего-либо.	$0,3 * 0,4 = 0,12$
Учиться кратко и лаконично излагать полученную информацию.	$0,2 * 0,4 = 0,08$
Определять время на выполнение того или иного задания и стараться его придерживаться.	$0,1 * 0,4 = 0,04$

На основе произведённых расчётов можно сформулировать вывод о том, что для достижения главной цели — «Создание перспектив дальнейшего профессионального развития студента» наиболее целесообразно прибегнуть к реализации следующих мероприятий:

- Участие в профессиональных тренингах и семинарах в пределах и за пределами вуза;
- Участие в научных конференциях, организуемых вузом;
- Участие в общественной жизни университета, оказание помощи в проведении акций, общеобразовательных и развлекательных мероприятий.
- Ограничение пользования интернет-ресурсами;
- Выделение приоритетов при изучении чего-либо.

В ходе разработки дерева решений было предложено две стратегии самосовершенствования студента, но по результатам исследования было выявлено, что всё-таки приоритет следует отдать первому направлению. Выбранная автором работы стратегия — усиление активности студента

посредством участия в профессиональных тренингах и семинарах в пределах и за пределами вуза. Данная стратегия позволит приобретать и культивировать практический профессиональный опыт, развивать свои коммуникативные навыки. Она имеет ряд преимуществ. Успешная реализация позволит добиться новых высот на профессиональном поприще, подготовить почву для дальнейшего развития. Определение приоритетной стратегии не означает временный отказ от других вариантов решений. Автор работы предполагает, что возможна их одновременная реализация. Но приоритет остаётся приоритетом, который необходимо претворить в жизнь в ближайшее время.

Таким образом, применение SWOT-анализа позволило определить сильные и слабые стороны объекта, а также возможности и угрозы со стороны внешней среды. SWOT-балльная оценка позволила ранжировать выявленные компоненты в соответствии с их значимостью в данный момент времени для данного объекта. На основании этого выявлена проблема исследуемого объекта. Построение дерева решений позволило охватить возможные варианты решений проблемы, которые следует иметь в виду. И, наконец, квантификация ветвей дерева решений позволила определить приоритетное направление действий. На основе вышеизложенных методов формулируется стратегия дальнейшего развития личности.

Список литературы:

1. Управленческие решения: технология, методы и инструменты: учеб. пособие по специальности «Менеджмент организации»/ П.В. Шеметов [и др.]. 2-е изд., стер. М.: Издательство «Омега-Л», 2011. — 398 с.
2. Фомин Я.А. Диагностика кризисного состояния предприятия: Учеб. пособие для вузов. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. — 349 с.
3. SWOT-анализ // Энциклопедия менеджера. Википроект E-xecutive.ru [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: www.e-xecutive.ru/wiki/index.php
4. SWOT-анализ: сделай качественно// Информационный портал «Деньга» [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: http://www.denga.com.ua/index.php?option=com_content&task=view&id=1005

ЭФФЕКТИВНОСТЬ МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ. СТАТУС МУНИЦИПАЛЬНОГО СЛУЖАЩЕГО

Герасимов Владислав Олегович

*студент 2 курса кафедры экономическая теория и экономическая политика
Набережночелнинского института
(филиала) Казанского (Приволжского) федерального университета,
РФ, г. Набережные Челны
E-mail: Tigrurus@mail.ru*

Рассолова Елена Николаевна

*студент 3 курса кафедры экономическая теория и экономическая политика
Набережночелнинского института
(филиала) Казанского (Приволжского) федерального университета,
РФ, г. Набережные Челны*

Управление — это процесс, который всегда сопровождается определенными трудностями. В экономике — это управление организацией, предприятием, персоналом и рисками. Но существует особый, уникальный вид менеджмента, который сложно подвести под определенные стандарты — государственное и муниципальное управление. В отличие от классического менеджмента, который направлен на максимизацию прибыли организации, главной целью данного вида управления является социально-экономическое благополучие населения города, региона и страны. Ввиду этого, эффективность управления в данной отрасли будет кардинально отличаться от своих аналогов, так как существует зависимость от элементов, которые редко встречаются в менеджменте предприятий и организаций [5]. Одним из таких элементов можно считать саму личность муниципального служащего и его статус в правовой системе.

Как уже отмечалось выше, главной целью органов местной власти является повышение социально-экономического благополучия населения на всей территории муниципалитета, поэтому эффективность стоит определять, исходя из специфики управления муниципальным образованием. А что же такое эффективность? Прежде всего, это максимальная отдача при использовании минимальных затрат. Но в случае с местной властью отдача будет в социальном и экономическом эквиваленте, причем преобладающим

будет социальный аспект, а экономические резервы будут служить для осуществления главной цели: обеспечения данного благополучия. Но вся проблема состоит в том, что в реальности довольно сложно добиться этой эффективности. Именно здесь важную роль играют личности сотрудников органов местного самоуправления [1].

Очень часто из-за своей халатности, муниципальные служащие допускают много ошибок в управлении, тем самым ухудшая политическое, экономическое и социальное положение в своем регионе. В последнее десятилетие участились случаи нарушений среди чиновников, такие как: неисполнение своих основных обязанностей, коррупция, теневые доходы. Все это говорит о нарушении правового статуса муниципального служащего. По мнению многих жителей России, большинство чиновников элементарно не выполняют свои обязанности, и поэтому население с большой неохотой обращается за помощью к муниципальным служащим [4]. При такой ситуации эффективность управления будет очень низкой, так как повлечет за собой большие затраты ресурсов и времени. Население также отмечает «раздутость» аппарата управления. С ними нельзя не согласиться, данное положение сильно затрудняет координацию и согласованную работу подразделений администрации (а значит, замедляет сам процесс управления и снижает возможную отдачу от этого процесса). В России действует Федеральный закон № 25-ФЗ «О муниципальной службе», который содержит основные права и обязанности данной категории служащих. Но очень часто мы видим нарушение этих обязанностей.

Одним из главных условий успешного управления является компетентность чиновников. Компетентность — наличие опыта и знаний, в определенной области, для успешной деятельности в этой сфере [2]. Если перенести это понятие на муниципальных служащих, то они должны пройти специальную подготовку, включающую интеллектуальную и практическую образованность, умение планировать и прогнозировать, быстро реагировать на изменения внешней среды и принимать правильные управленческие

решения, т. е. получить соответствующее образование и опыт. Верно подмечено, но в действительности лишь небольшой процент современных чиновников имеет профильное образование. Действительность указывает на то, что часть от общего числа сотрудников учится управлять по ходу трудовой деятельности, но метод проб и ошибок зачастую абсолютно неприменим в условиях социума, так как происходит снижение уровня социально-экономического развития территории. Профильное образование позволяет снизить издержки на обучение чиновников и повысить эффективность управления территорией, развить необходимые качества и навыки.

Одним из показателей компетентности муниципального служащего является готовность оказания помощи населению, которое по своей сущности является объектом управления. Но в настоящее время, очень часто поступают жалобы от населения на грубое отношение чиновников. Причина может быть в том, что управленцы, представители власти забывают о том, что когда-то они тоже были рядовыми гражданами, которыми и являются до сих пор. Безусловно, очень сложно ежедневно выслушивать и выполнять просьбы населения, так как необходимо порой забывать о собственных интересах. Но они муниципальные служащие, т. е. люди, которые, в первую очередь, принадлежат государству и служат выражением воли народа. Таким образом, о грубости и хамстве чиновников не может идти и речи. Ведь это абсолютно неприемлемо для представителя власти. Подобная жалоба в его адрес — прямое обвинение в непрофессионализме. Всякое девиантное поведение со стороны чиновника можно рассматривать как фактор, тормозящий процесс управления, т. е. снижающий его эффективность.

Одним из признаков неэффективного управления также выступает проявление бюрократии. Изначально сам смысл этого явления не носит негативной окраски, но форма, в которой оно проявляется в России, является явно искаженной. Традиционно ее связывают с представителями власти и представляют в виде неповоротливой системы, которая не может быстро реагировать на изменения внешней и внутренней среды. Ввиду этих обстоятельств у населения сформировалось отрицательное мнение

о бюрократии, как о факторе, снижающем отдачу в социальном аспекте, влекущей за собой большие издержки в виде времени и ресурсов.

В целом, причин в той или иной степени влияющих на управление муниципальным образованием достаточно много, однако одной из основной проблем данного явления являются сами муниципальные служащие.

Основными факторами, снижающими эффективность процесса управления могут быть работа чиновников с нарушением должностной инструкции, некомпетентность, социально-психологический и этический аспекты. Для ликвидации данных проблем, можно применить следующие варианты решения. Во-первых, формирование небольшого по численности аппарата управления, куда бы входили специалисты с профильным образованием, обладающие необходимыми для управленцев качествами и навыками. Почему речь идет о небольшом количестве чиновников? Потому что подобная мера позволит успешно координировать работу подразделений, так как неоднократно на практике было доказано, что управлять меньшим количеством людей гораздо легче, так как снижение затрат несет за собой высокий результат. Во-вторых, повышение уровня компетентности и профессионализма муниципальных служащих при помощи специальных экзаменов и аттестаций. Государство использует аттестацию для проверки квалификации своих служащих, но, на наш взгляд, стоит обратиться к зарубежному опыту касательно этой ситуации. Например, в Японии прием на работу идет после сдачи специального экзамена, затем идет испытательный срок, и только после этого официальное назначение на должность [3]. Это позволит наиболее подходящим кандидатам на пост чиновника показать все свои способности и принести максимальную пользу государству. В-третьих, необходимо наладить максимально тесный диалог между представителями местной власти и населением для более быстрого решения вопросов местного значения, чтобы снизить затраты времени и ресурсов.

Российская Федерация — сравнительно молодое государство и обеспечивать эффективность управления в органах муниципальной власти для него пока затруднительно. Должно пройти еще несколько десятилетий

для того, чтобы сформировалась необходимая почва для эффективных реформ в сфере управления. Нужно отрегулировать слаженность систем нормативных актов и обеспечить высокую степень эффективности работы муниципальных органов власти, вследствие этого, чиновники должны обеспечивать непрерывную работу этой системы и пресекать любые нарушения. Государство должно допускать до управления только высококвалифицированных людей, имеющих соответствующее образование и опыт работы в этих сферах. Принципиально важно принимать на работу людей честных, справедливых, ответственных, энергичных и обладающих обширными познаниями в различных сферах жизни. Подобные качества должны закладываться в учебных заведениях при изучении учебных дисциплин, а также усваиваться будущими чиновниками самостоятельно. Правительство РФ и рядовые чиновники должны объединиться для решения этих проблемы и тогда процесс эффективного реформирования и устранения причин некомпетентного управления пойдет гораздо быстрее. В противном случае эти реформы будут носить незавершенный характер и разрушать все системы управления, как на местных уровнях, так и в самом государстве в целом.

Список литературы:

1. Васильев А.А.: Система муниципального управления: учебник. М.: Кнорус. 2010 г.
2. Гарфинкель Г. Концепция и экспериментальные исследования «доверия» как условия стабильных согласованных действий / Пер. с англ. А.М. Корбута. Социологическое обозрение, 2009.
3. Государственная служба в Японии [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL:http://www.gmu-countries.ru/asia/japan/gos_sluzhba.html / (дата обращения: 22.03.2014 г.).
4. Зайцева Ю.С. Городской барометр: система мониторинга социально-экономического развития муниципальных образований. Серия: Муниципальное экономическое развитие. М.: Институт экономики города. 2007.
5. Кирсанов С.А. Муниципальное управление: эффективность муниципального менеджмента/ Гриф УМО университетов РФ СПб.: Андреевский издательский дом. 2008.

ИССЛЕДОВАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ МОТИВАЦИИ БУДУЩИХ СПЕЦИАЛИСТОВ СФЕРЫ КУЛЬТУРЫ

Мухамедиева Екатерина Васильевна
студент 2 курса, кафедра УСС КемГУКИ,
РФ, г. Кемерово
E-mail: swet-73@mail.ru

Юдина Анна Ивановна
научный руководитель, канд. пед. наук, профессор КемГУКИ,
РФ, г. Кемерово

Переход России к новому типу экономики, к инновационному развитию требует от организаций, независимо от институциональных видов собственности, повышения уровня эффективности деятельности, на основе применения эффективных форм управления хозяйством и конструктивно новых методов управления персоналом.

В последнее время в российской практике наблюдается тенденция снижения интереса к фактическому состоянию и направлениям развития трудовой активности, хотя оценка состояния дел в трудовой сфере — это фундамент правильного выбора направлений и методов реализации мероприятий по повышению уровня эффективности не только предприятия, но и в целом экономики страны.

Кризисные явления в экономике свидетельствуют о деформированном поведении персонала в профессиональной деятельности. Сегодня одной из основных проблем современного субъекта экономики, то есть организации, является проблема эффективной мотивации трудовой деятельности. В этих условиях перед управленцами встает вопрос: как максимально повысить результативность системы управления кадрами, трудовыми ресурсами? Этот вопрос не может быть эффективно решен без создания инновационно-действенной системы мотивации работников к труду.

В жизни любого человека, особенно если это касается трудовой деятельности, всегда присутствует мотивированная деятельность.

Содержание понятия «мотивированная деятельность» заключается в том, что это «свободные, обусловленные внутренними побуждениями действия человека, которые направлены на достижение целей» [1].

При этом следует уточнить, что в мотивированной деятельности работник как рабочая сила сам определяет меру действий в зависимости от внутренних побуждений и условий внешней среды. Именно в данном типе деятельности работник может максимально проявить себя как профессионал и на основе данной деятельности максимально удовлетворить свои потребности, которые могут быть не только материальными, но и духовными, связанными с реализацией своих профессиональных способностей.

В научной литературе указывается, что основе мотивированной деятельности лежит мотивация труда, сущность которой отражается через «процесс побуждения себя и других к деятельности для достижения личных целей или целей организации» [6], либо через процесс «сознательного выбора человеком того или иного типа трудового поведения, а также его предполагаемого результата, определяемого комплексным воздействием внешних (стимулы) и внутренних (мотивы) факторов» [4]. Первое разъяснение в большей степени отражает мотивацию с позиции работодателя, второе с позиции работника.

Исходя из анализа исторического опыта поведения людей и применения простых стимулов принуждения, материального и морального поощрения возникли теории мотивации, в научных исследованиях их содержание раскрыто в полном объеме [3]. На практике теории являются основой для выработки мотивационной политики.

Наиболее известной и широко применяемой является политика «кнута и пряника». Отражение данной политики можно увидеть в сказках и преданиях народов мира. «Кнут» — это страх смертной казни или изгнание из общества за невыполнение указаний главенствующих лиц (например, царя), а «пряником» выступало богатство («полцарства»).

Применительно к управлению трудом впервые проблема мотивированной деятельности была поставлена Адамом Смитом, который считал, что человеком, как экономическим индивидуумом управляют эгоистические мотивы, постоянное «стремление людей улучшить свое материальное положение» [2]. Современные теории не отрицают этот факт, а лишь дополняют его рядом других мотивов. Мотивы к труду делятся на биологические и духовные. К духовным мотивам, в исследованиях относят:

1. Мотив личного самоутверждения (аффирмации), характерен для молодого и зрелого возраста работников, причем высокого уровня квалификации;

2. Стадность, данный мотив отражает потребность человека быть в коллективе. Характерен данный мотив для восточного (японского) стиля управления персоналом и предполагает групповую мораль, отсутствие индивидуальных соревнований, наличие корпоративной культуры. Интересен практический опыт применения данного мотива в СССР, который играл огромную роль при выборе работы. Следует заметить, что этот мотив до сих пор является особым фактором в выборе места работы и ценностных установок. По мнению многих социологов, потребность «работать в хорошем коллективе», является лидирующим мотивом ориентации работника [3];

3. Мотив самостоятельности, характерен для работников с «хозяйской» мотивацией, когда экономические субъекты готовы жертвовать стабильностью, высокими заработками взамен установки «быть хозяином и самостоятельно вести свой бизнес», то есть быть предпринимателем. Развитие предпринимательства в российской экономике подтверждает значимость указанного мотива и показывает, что значительная часть российских предпринимателей оставили стабильную работу взамен на организацию рискованного бизнеса, который дает вначале своей организации только самостоятельность в деятельности;

4. Мотив стабильности — это надежность в профессиональной деятельности, иначе говоря, мотив самостоятельности с противоположным

знаком. Если «хозяйская мотивация» предполагает наличие риска, современный поиск новых решений, расширение видов деятельности, то мотив стабильности предполагает стабильность бытия и деятельности. В силу различных причин развития экономической ситуации в России доля россиян, ориентирующихся на надежность и стабильность растет. Именно в этом многие экономисты видят причину затянувшегося перехода к высококонкурентной инновационной экономике;

5. Мотив приобретения нового. Данный мотив лежит в основе рыночного менеджмента, и отражается в элементах маркетинга. Этот мотив строится на системе создания материального в странах с развитой экономики. Именно данный мотив используется производителями инновационных экономических благ;

6. Мотив справедливости. Данный мотив связан с развитием цивилизации. Именно столько лет идет спор о том, что справедливо, а что несправедливо в обществе. В каждом социуме устанавливается свое понимание справедливости, и несоблюдение справедливости ведет к демотивации трудового ресурса. История многократно подтверждала эту истину, подтверждает и сейчас. Эта проблема с которой столкнулись предприятия в период перехода государственной собственности в частную, то есть в период приватизации;

7. Мотив состязательности. Выражается в том, что определенная степень выражения состязательности генетически присуща человеку. Когда при малых затратах он дает ощутимый экономический эффект. Этот мотив является основой организации конкурса, соревнований на предприятиях.

Принципами применения данного мотива являются:

- четкое разделение соревнующихся работников по группам, признаком деления которых является характер и тип производства;
- должна действовать одинаковая система критериев;
- должно быть установлено дифференцированное стимулирование победителей через материальное и моральное поощрение.

В результате должна быть сформирована система «норма труда-конкурс-оплата труда», что существенно мотивирует работников и доказывает неэффективность системы «норма труда-оплата труда».

С учетом мотивов к труду, в менеджменте выделяют типы мотивированных работников [5]:

- «Инструментально» мотивированный работник. Он ориентирован на заработок, причем незамедлительно. Является противником премий, ему безразлична форма собственности и задачи работодателя;

- «Профессионально» мотивированный работник. Он ориентирован на реализацию своих профессиональных способностей, знаний и возможностей и его волнуют качественное содержание труда и сложность работ. При этом у него проявляется развитое профессиональное достоинство;

- «Патриот». Работник является представителем социалистической мотивации. Его мотивы — это высокие идейные и человеческие ценности: в частности построение социалистического общества или достижение социальной гармонии;

- «Хозяйская» мотивация. Данный тип работников основан на достижении и приумножении материальных благ, собственности, богатства. Для такого типа не нужна внешняя мотивация, для него важно постоянное увеличение материальных благ и его потребности неограниченны;

- «Люмпенизированный» работник. Он предпочитает распределение материальных благ на основе уравниловки. Его преследует зависть и неудовлетворенность порядком распределения благ. Не любит ответственности, индивидуальных форм заработной платы, распределения поощрения.

С учетом изученного теоретического материала касающегося теории мотивации мы проводили исследование по выявлению типа мотивированного работника у будущих специалистов сферы культуры. Исследование проводилось среди студентов пятого курса Кемеровского государственного университета культуры и искусств дневной формы обучения по специальностям «Менеджмент», «Социально-культурная деятельность». Результаты

исследования показали, что из 24 опрошенных студентов (17 девушек и 7 юношей), девятнадцать человек можно отнести к типу профессионально-мотивированных работников, которые в будущей своей профессиональной деятельности предполагают самоутвердиться и реализовать себя в профессии. Три человека мы отнесли к типу «Хозяйской» мотивации, так как они нацелены на открытие собственного бизнеса; два человека мы отнесли к «Инструментально» мотивированным работникам, так как они себя видят не в профессии, а в любой трудовой деятельности только с высоким уровнем заработной платы.

Таким образом, на основании проведенного исследования мы приходим к выводу о том, что молодое поколение кадровых ресурсов мотивированы в большей степени на реализацию своих приобретенных профессиональных знаний и умений в период обучения в высшем учебном заведении.

Мы считаем, что результаты данного исследования очень важны для работодателей, так как они уже в период обучения будущих специалистов могут выбрать своего «работника» в соответствии с той системой мотивации, которая присутствует в данной организации, что позволит им повысить эффективность деятельности предприятия

Список литературы:

1. Андреева И.В. Управление персоналом: учеб. пособие СПб., 2010 — 179 с.
2. Бергер Д. Энциклопедия систем мотивации и оплаты труда. Подходы. Методы. Рекомендации. М.: «Альпина Бизнес Букс», 2009 — 761 с.
3. Власова Н.М. Руководство по управлению людьми: инструменты власти и влияния. М.: ИНФРА, 2011. — 304 с.
4. Жданкин Н.А. Правила эффективной мотивации, или как правильно мотивировать персонал // Управление персоналом: электрон. журн. 2008 № 3. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: [http:// www.top-personal.ru](http://www.top-personal.ru) (дата обращения 6.02.2014).
5. Кибанов А.Я. Управление персоналом организации: учебник 2-е изд., доп и перераб. М.: ИНФРА-М, 2003.
6. Комарова Н. Мотивация труда и повышение эффективности работы // Человек и труд. — 1997. — № 10 — С. 12—15.

КОНКУРЕНТНОСПОСОБНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ. ПУТИ ЕЕ ПОВЫШЕНИЯ

Саркисян Гор Георгиевич

*магистрант 2 года обучения направления «Менеджмент» по программе «Организация предпринимательской деятельности», кафедра менеджмента и маркетинга экономического факультета БФУ им. И. Канта, РФ, г. Калининград
E-mail: prusy_wschodnie@mail.ru*

Сафонова Ирина Юрьевна

научный руководитель, канд. экон. наук, доцент кафедры менеджмента и маркетинга экономического факультета БФУ им. И. Канта, РФ, г. Калининград

В условиях торгово-рыночных отношений каждый участник экономической деятельности является объектом внимания обширного числа субъектов, заинтересованных в результативности его деятельности.

В связи с чем, конкурентноспособность выступает основным механизмом регулирования деятельности и главным критерием оценки эффективности и системы управления организации.

Актуальность проблемы конкурентноспособности организации очевидна и продиктована необходимостью обеспечения выживаемости в условиях современной экономики. Персонал управления, в первую очередь, должен отвечать современным требованиям, выражающимся в способности реально оценивать финансовое состояние, не только своего предприятия, но и существующих потенциальных конкурентов.

В течение десятков лет наше государство характеризовалось высокой монополией производителей, где производством продукции руководил не реальный спрос, а — производство и административно-командный механизм распределения, регулирующие потребление и формирующие потребность и выпуск показателей.

В таких условиях проблема конкурентноспособности предприятия и продукции у производителей практически отсутствовала, а если и возникала, то регулировалась только в отношении продукции, реализуемой на внешнем

рынке. Однако, как только Россия встала на путь развития рыночных отношений эта проблема резко обострилась и ее решение потребовало от всех субъектов рынка активного поиска путей и методов повышения конкурентоспособности производимых и потребляемых товаров [6, с. 243].

Современная экономика основой финансово-экономической и производственно-сбытовой стратегии любой организации выдвигает повышение конкурентоспособности, обеспечивающей закрепление ее позиций на рынке и получение максимальной прибыли.

Под конкурентоспособностью организации следует понимать, прежде всего, умение успешно функционировать на конкретном рынке и в данный период времени, путем производства и реализации конкурентных товаров и услуг [10, с. 135].

Конкурентоспособность организации по структуре и содержанию представляет собой взаимообусловленное единство двух составляющих: конкурентоспособности продукции и ресурсного потенциала организации.

Для определения параметров и критериев необходимо знать о своих конкурентах. Каким образом следует оценивать конкурентные преимущества и что действительно нужно для повышения своей конкурентоспособности в данное время и в данной организации?

Решение такой задачи требует изучения всех составляющих конкурентоспособности, в числе которых и качество продукции, и имидж организации, и сервисное сопровождение, и человеческие ресурсы, и многие другие составляющие жизненного цикла организации.

Конкурентоспособность понимается как реальная и потенциальная способности организаций проектировать, изготавливать и реализовать более привлекательную продукцию для потребителя ценовыми и неценовыми характеристиками, по сравнению с товарами конкурентов. В соответствии с такой трактовкой, конкурентоспособность — достижение и поддержание значений стратегических показателей организации в состоянии устойчивости, обеспечивающей экономическую эффективность бизнеса на желаемом уровне.

В числе вышеуказанных стратегических показателей: финансовая устойчивость, платежеспособность, объем действующей торговой сети, функционирующая агентская сеть, темпы роста, доля рынка и т. д. Подробный и конкретизированный перечень целевых показателей зависит от назначения организации и установленных перед ней стратегических задач [19, с. 201].

Для создания устойчивых конкурентных преимуществ организация ставит перед собой ключевые факторы конкурентоспособности из числа:

- макрофакторов (государственное регулирование, общая политическая и экономическая ситуация, активные социальные процессы и т. п.);
- микрофакторов (конкурентов, инвесторов, контактные аудитории).

Современная модель развития экономики диктует формировать грамотные перспективные взаимоотношения со своими потребителями (покупателями, клиентами).

В настоящее время конкурентоспособность ключевой фактор рыночного успеха товара и его производителя, а конкурентная политика — сложный процесс в деятельности любой организации, требующий скоординированных, целенаправленных мероприятий. В связи с чем особым направлением деятельности фирмы выделяется разработка стратегических подходов к решению проблемы повышения конкурентоспособности [14, с. 33].

В связи с тем, что в современной экономике проблема конкурентоспособности в центре экономической политики, как на уровне государства, так на уровне конкретной фирмы, выработка конкурентных преимуществ над соперником является стратегическим направлением деятельности организации. И, несмотря на большое количество факторов, влияющих на конкурентоспособность предприятия, все же основным и определяющим из них остается его способность производить конкурентоспособную продукцию и создавать условия для ее продвижения.

Успешная конкурентная борьба организации требует не только обновлять технологии и технологическое оборудование, изучать внутренний и внешний рынки и вести маркетинговые исследования, а также выявлять свои

возможности, слабые стороны и уязвимые места конкурентов, но и оказывать управляющее воздействие на собственную конкурентоспособность и определять ее основные направления.

Для закрепления своих позиций на рынке, каждому предприятию необходимо использовать свои конкурентные преимущества. Особенно небольшим предприятиям, находящимся под постоянной угрозой поглощения крупным бизнесом. Организации необходимо закрепить и удержать свои позиции на рынке, развивать способность приспосабливаться к постоянно меняющейся окружающей экономической среде, чтобы не быть вытесненным более крупными конкурентами.

Для принятия конкретных решений сначала определяется общее направление деятельности по повышению конкурентоспособности, при этом следует учесть, что конкурентоспособность определяется не только соотношением «цена-качество», но и прочими факторами, такими как качество обслуживания, уровень сервиса, опытность персонала, имидж фирмы и многими другими. На следующем этапе, определяется одна из функциональных стратегий деятельности фирмы — стратегия конкурентоспособности, а уже в соответствии с выбранной стратегией планируются конкретные мероприятия по ее осуществлению.

При разработке стратегий конкурентоспособности:

во-первых, уделяется особое внимание обеспечению конкурентных преимуществ;

во-вторых — достижению экономического превосходства над конкурентами посредством снижения издержек производства, сбыта, транспортирования продуктов, повышения эффективности проводимых НИОКР, рекламы, маркетинговой деятельности в целом.

Рентабельность организации и ее доля на рынке две взаимосвязанные величины, что обусловлено тем, что рентабельность повышается по мере увеличения рыночной доли. Можно сделать вывод о том, что конкурентные преимущества, обеспечивающие успех фирмы и соответственно

увеличивающие ее долю на рынке, в свою очередь усиливаются вследствие повышения рентабельности деятельности организации.

Выбор стратегии поведения изготовителя в зависимости от силы конкуренции на рынках продавцов и покупателей.

При формулировании стратегии поведения изготовителя (продавца) в зависимости от силы конкуренции одновременно на рынках продавцов и покупателей будем пользоваться следующими понятиями:

- адаптация — приспособление системы или ее отдельных компонентов к изменяющимся условиям;

- диверсификация — расширение ассортимента, изменение вида продукции, освоение новых видов производства с целью более эффективного использования своих конкурентных преимуществ или предотвращения банкротства;

- дифференциация — расчленение, разделение системы или процесса на более мелкие или самостоятельные компоненты с целью более эффективного использования экономических законов, законов организации, научных подходов и принципов управления, предотвращения банкротства;

- интеграция — углубление, усиление взаимодействия, взаимосвязей и сотрудничества субъектов хозяйствования или управления с целью более полного использования каждым субъектом своих эксклюзивных конкурентных преимуществ во благо всех субъектов, получения синергического эффекта;

- инновация — внедрение или применение новшества в любой области деятельности (патенты, лицензии, ноу-хау, новые модели, методы, программы и т.д.) с целью реализации эксклюзивных конкурентных преимуществ и получения какого-либо эффекта;

- концентрация — сужение, сосредоточение деятельности на узком направлении, обладающем устойчивым конкурентным преимуществом.

Рассматриваемым предприятием (районное потребительское общество Калининградской области) выбрана стратегия фокусирования на дифференциации сервиса.

Главной целью данной стратегии является повышение конкурентоспособности организации и укрепление ее рыночных позиций за счет улучшения качества обслуживания [1, с. 178].

Чтобы определить конкретные мероприятия по повышению конкурентоспособности с точки зрения данной стратегии, необходимо проанализировать причины, по которым сложилась неблагоприятная ситуация в сервисном обслуживании клиентов (покупателей).

В рамках исследования данной проблемы проведен анализ конкурентоспособности потребительского общества, в котором работу по приему заказов, подборке материалов и комплектующих, по контролю за ходом выполненных работ, по расчету смет на исполнение заказа выполняют экономист и товаровед. Помимо этого они выполняют все функции соответствующие их должностям. Таким образом, им просто не хватает времени на выполнение всех обязанностей, которые на них возложены.

Делегирование полномочий в данном случае невозможно, так как в организации нет ни менеджеров, ни секретаря, ни прочих управленческих работников, которые могли бы принять на себя обязанности по работе с крупными клиентами.

В организации отсутствует также сотрудник, в чьи обязанности входит продвижение реализуемого и производимого товара.

Кроме того, нехватка квалифицированного персонала является фактором низкого уровня сервисного обслуживания.

С целью устранения этих причин предложено обратить внимание на внедрение качественно новых средств и технологий ведения торговли и сервисного обслуживания; квалифицированный состав сотрудников; создание отдельных направлений деятельности по продвижению товара и работе с клиентами, обеспечить обучение персонала, повышение квалификации; дополнительные услуги.

Безусловно, просто создать новые должности недостаточно для улучшения качества сервиса. Для этого надо разобраться, в каком именно сервисном

обслуживании нуждается покупатель. Для выяснения такой потребности был проведен опрос покупателей в торговых точках потребительского общества. Им предлагалось ответить на вопрос, какие виды услуг и в какой форме вы хотели ли бы получить?

В результате был выявлено, что основными предпочтениями покупателей являются:

- вежливое обращение, возможность консультирования по телефону;
- грамотное консультирование по вопросам качества, производителя, сроков годности товара и др.;
- рекламирование поступивших товаров, новой производимой продукции, акций, скидок;
- повышение уровня работы с оптовыми клиентами, сопровождение товара на всех этапах.

Эти предпочтения весьма обоснованы.

Во-первых, действительно, при наличии множества торговых точек со схожим ассортиментом товаров выбор останется за той организацией, в которой сотрудники не пренебрегают нормами этикета, приветливы и готовы помочь, осведомлены о производителе и качестве товара, владеют информацией об ассортименте поставках.

Во-вторых, довольно часто встречается следующая ситуация: покупатель случайно узнает, либо не узнает вообще, что в том или ином магазине выставлена к продаже новая продукция, проходят акции, предусмотрены скидки. В таком случае клиент отправляется в другую точку, где данная информация доведена до покупателей.

В-третьих, работа с оптовыми клиентами должна занимать особую нишу, т. к. такие клиенты могут приносить основной доход предприятию и расширение продаваемого им ассортимента товаров и услуг, что улучшит материальное положение организации».

И, наконец, рассмотрим вариант, когда покупатель сам не знает, чего хочет. В таких случаях очень важно грамотно и ненавязчиво предложить товар, проконсультировать по интересующим вопросам, в том числе на примерах.

В рамках данной стратегии были предложены следующие мероприятия:

1. ведение штатных единиц — маркетолога, менеджера по работе с клиентами;
2. введение консультаций заказчиков;
3. обучение персонала, повышение квалификации, путем участия в семинарах, учебно-методических сборах и направления на курсы повышения квалификации;
4. расширение ассортимента специализированных товаров, рассчитанных на узкий круг потребителей;
5. повышение уровня конкурентоспособности продукции посредством оказания качественных дополнительных услуг.

Список литературы:

1. Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия, практика. М.: Цент экономики и маркетинга, 2009. — 239 с.
2. Албастова Л.Н. Технология эффективного менеджмента: Учебно-практическое пособие. М.: ПРИОР, 2011. — 288 с.
3. Андреева О.Д. Технология бизнеса: Маркетинг: Учебное пособие. М.: Дело, 2012. — 223 с.
4. Афанасьев М.П. Маркетинг: стратегия и тактика фирмы. М.: финстатинформ, 2011. — 104 с.
5. Березин И.С. Маркетинг и исследования рынков. М.: Русская Деловая Литература, 2008. — 416 с.
6. Воронов А.А. Оценка и менеджмент конкурентоспособности продукции. Краснодар, 2008. — 346 с.
7. Гельвановский М., Жуковская В., Трофимова И. Конкурентоспособность в микро-, мезо- и макроуровневом измерениях// Российский экономический журнал. — 2010. — № 3. — с. 67—77.
8. Голубков Е.П.и др. Маркетинг: Выбор лучшего решения/ Е.П. Голубков, Е.Н. Голубков, В.Д. Секерин. М.: Экономика, 2011. — 224 с.
9. Гурков И.Б., Титова Н.Л. Тенденции изменения конкурентоспособности отечественной продукции // Маркетинг. — 2011. — № 1. — с. 20—31.

- 10.Ермолов М.О. Разработка и внедрение системы обеспечения конкурентоспособности М., 2011. — 189 с.
- 11.Завьялов П.С., Демидов В.Е. Формула успеха: Маркетинг. 2-е изд.; перераб. и доп. М.: Международные отношения, 2012. — 414 с.
- 12.Захарченко В.И. Оценка и анализ конкурентоспособности предприятий //Маркетинг. — 2009. — № 11. — с. 13—17.
- 13.Зиннуров У.Г., Ильясова Л.Р. Проблемы оценки конкурентоспособности товаропроизводителей// Экономика и управление. — 2010. — № 4. — с. 47—52.
- 14.Максимов И. Оценка конкурентоспособности предприятия// Маркетинг. — 2011. — № 3. — с. 33—39.
- 15.Моисеева Н., Кнышева Л. Маркетинговая активность как фактор конкурентоспособности фирмы // Маркетинг. — 2009. — № 6. — с. 25—28.
- 16.Портер М.Э. Конкуренция: Учеб.пос. / Пер. с англ. М.: Издательский дом «Вильямс», 2010. — 495 с.
- 17.Родионова Л.Н., Кантор О.Г. Оценка конкурентоспособности продукции// Маркетинг в России и за рубежом. — 2011. — № 1. — с. 63—77.
- 18.Рюли Э., Шмидт С.Л. Исследование стратегических процессов в организации // Проблемы теории и практики управления, — 2009. — № 5. — С. 11—12.
- 19.Юданов А.Ю. Конкуренция: теория и практика: Учебное пособие. 2-е изд. М.: Гном-Пресс, 2010. — 309 с.

МЕТОДЫ ОЦЕНКИ УРОВНЯ РИСКОВ НА СОВРЕМЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

Стародубцева Юлия Владимировна

*студент 4 курса, кафедра экономики и технологии управления,
ФГАОУ ВПО «Северо-Кавказский федеральный университет»,*

РФ, г. Ставрополь

E-mail: VATASHINO@yandex.ru

Любое предприятие вне зависимости от отраслевой принадлежности может столкнуться с риском, связанным с любым из факторов производства: труд, земля, капитал, предпринимательские способности, информация. Поиск оценки рисков для современного предприятия весьма актуален. Многообразие методов оценок рисков можно объяснить именно этими причинами. Теоретическими основами расчёта рисков занимались Дж.М. Кейнс, А. Маршалл, В.В. Черкасов и другие. Методики каждого автора уникальны, и найти общую классификацию довольно сложно. Существуют перспективы развития методов оценки рисков. Оценка риска позволяет управлять риском через его качественные и количественные параметры. Главными задачами анализа рисков предприятия являются выявление возможных рисков предприятия и описания причин их возникновения. Правильный подбор метода оценки риска играет важную роль в дальнейшем, так как от точного отражения возможных рисков зависят и мероприятия по их предотвращению, которое должно быть эффективным. Выделяют следующие методики, связанные с описанием качественной оценки:

- метод экспертных оценок;
- метод рейтинговых оценок;
- контрольные списки источников рисков;
- метод аналогий [1].

Метод экспертных оценок заключается в оценке предприятия экспертом на основании математических и логических процедур. Данный метод является не дорогостоящим, эксперт имеет опыт в решении подобных вопросов, но результат будет носить субъективный характер. Инструментами для сбора

экспертных оценок служат данные, полученные при помощи метода Дельфи, вопросников, SWOT-анализа, розы и спирали рисков.

Метод рейтинговых оценок формализует данные, полученные экспертами. В последнее время метод претерпевает изменения: используются электронная обработка данных. Рейтинговый метод предполагает отбор критериев оценки, ранжирование оценок и интерпретацию результатов. Рейтинговая метод предполагает бальную систему оценок. Градации оценок зависят от системы ранжирования, баллы так же начисляются в зависимости от системы, так различные бальные системы могут максимально включать от 5 баллов до 100 баллов.

Метод контрольных списков источников рисков подразумевает статистический отбор данных: данные берутся как во времени для предприятия, так и проводится анализ аналогичных рисков у предприятий аналогичной отраслевой принадлежности. Данный метод включает в уже существующие списки новые риски, возможные для предприятия на данном этапе развития. Постоянное расширение может привести к снижению качества управления рисками. Наилучшее использование метода будет на стадии идентификации рисков предприятия. Правильная интерпретация списка не всегда предоставляется возможной [4].

Метод аналогий позволяет искать сходства и подобия в системах. При использовании этого метода ошибки или удачи прошлых периодов проецируются на будущее. Этот метод удобен и относительно надёжен для проектов с частыми повторами в реализации. Этот метод так же используется в случае невозможности применения предыдущих методов.

В методах количественного анализа управления рисками классифицирую по группам:

- аналитические методы (анализ чувствительности и анализ сценариев;
- вероятностно-теоретические методы (имитационное моделирование: метод симуляций Монте-Карло; моделирование ситуаций на основе теории игр; методы построения деревьев);

- нетрадиционные методы (системы искусственного интеллекта: нейронные сети; моделирование на основе аппарата нечеткой логики (“fuzzy logic”)) [13].

Анализ чувствительности показывает, на сколько чувствителен критерий при изменении одной переменной. Получившееся изменение к базисному году называется эластичностью изменения показателя. Итоговые результаты ранжируют, эксперт создаёт «матрицу чувствительности», выделяющую наибольшие и наименьшие рисковые показатели [4]. Данный метод рассматривает влияние лишь одного фактора на остальные, что не даёт глубокой и точной информации о сложившейся рискованной ситуации. Данный метод удобен в качестве начального, позволяющего выбирать факторы, на которые следует обратить внимание.

Анализ сценариев предполагает предоставления экспертами на основе анализа изменений нескольких факторов возможные сценарии развития ситуации [3]. Данный метод прогнозирует развитие в худшем и лучшем развитии и даёт значения критериев для внутренних временных промежутков для контроля ситуации. Применение метода даёт субъективный результат к тому же для более точного прогноза требуется ограниченное число возможных сценариев, что на реальной практике встречается довольно редко.

С недостатками первых представленных методов количественного управления рисками помогает справиться метод имитационного моделирования. Под имитацией понимают процедуры вычислений, описывающих объект и имитирующих его поведение. Данный вид моделирования наиболее точен, но сложен, трудоёмок и недёшев. Примерами имитационного моделирования является метод испытаний Монте-Карло, заключающийся в построении математической модели с неизвестными параметрами, но и с известными распределениями и взаимосвязями изменения параметров, которая позволяет получить распределение доходности проекта или сделки [6]. В отличие от аналитических моделей, метод Монте-Карло позволяет анализировать часть всего пространства решений на определённый момент времени

или в его интервале, а точность решений зависит от качества составленной модели. Количество составления возможных сценариев для данной модели велико. Описание сценариев со многими варьируемыми факторами возможно лишь при помощи ЭВМ. Так же надо учитывать, что не всякая ситуация может вписываться в математическую модель.

Наиболее распространённый метод — метод моделирования ситуации на основе теории игр. Метод заключается в выполнении построение игр с «природой» (где под «природой» понимается объективная действительность, оказывающая влияние на решение проблем), где результатом будет построенная платёжная матрица со значениями всех исходов [2]. Ошибки на данном этапе не могут быть нивелированы при дальнейших расчётах. Эксперт принимает решение на основе данной матрицы. Сочетание решения и состояния «природы» даёт единственную стратегию для данной ситуации. Стратегию так же можно представить в виде матрицы, где полная матрица отразит всевозможные варианты сочетаний двух элементов. Вариация решений, вплоть до невозможных, показывает всё неопределённости ситуаций. Однако матрица позволяет исследователю ситуации обратить внимание на несколько критериев и исходов проблемы и не сосредотачиваться на одном из них.

Многие задачи не могут решаться в один этап. Часто решения задач требует последовательных расчётов, где второй и последующие этапы зависят от значений, полученных на предыдущих этапах. В таких случаях используют дерево решений — предоставление путей решения проблемы при помощи схем. Классическое дерево строится сверху вниз от вершины — изначального вопроса, и далее идут «ветки» решений. Каждая ветка имеет абсолютную, вероятностную и временную характеристики. Дерево решений не должно быть слишком высоким, так как это затруднить поиск верного решения. Решение задачи схемой удобно на начальных принятии решений или рассмотрения возможных вариантов развития ситуации [5].

С развитием прогресса популярность приобретают методы, основанные на моделировании проблемы искусственным интеллектом или моделировании,

в основе которого лежит аппарат нечётной логики. Не всегда может прослеживаться чёткая логика для принятия конкретного решения по снижению риска. Принятие решения в случае неоднозначных обстоятельств может быть принято при помощи нечётной логики (“fuzzy logic”). Такая логика позволяет рассчитать значение риска в ситуации вероятностных значений, прогнозов и вариативных их взаимосвязей. Данная логика может быть применена в случае неполных данных, при расчёте относительных понятий, к примеру «экономический успех». Отличие данной логики от классической заключается в том, что нечётная логика оперирует со множеством чисел, причём не всегда определённым, при том может выдавать результатом промежуточные значения между ответами классической логики — «верно»/«неверно». Такие промежуточные состояния для анализа риска важны, так как положительный или отрицательный ответы не могут дать исследователю широкий выбор в решении проблемы [7].

Итак, рассмотрев различные методики оценки уровня риска, можно сделать вывод, что для выбора конкретного метода необходимо сначала определиться с глубиной проводимого анализа, затем подобрать именно те методы, которые смогут отразить риски предприятия наиболее точным образом. При том следует учитывать возможности предприятия проводить анализ тем или иным методом: наличие финансовых средств, наличие эксперта на предприятии или его найм, наличие определённого уровня программного обеспечения, наличие необходимых данных, сроки проведения анализа и его глубины. Либо предприятие, нуждающееся в поверхностном анализе или осуществляющее периодически глубокий анализ через некоторое количество лет, может при наличии эксперта внутри предприятия осуществлять контроль отклонений наиболее важных факторов. Существующие различные методики являются вспомогательным инструментом в решении рискованных вопросов.

Список литературы:

1. Балдин К.В. Риск-менеджмент: учебное пособие. М.: Эксмо, 2006. — 366 с. [Электронный ресурс]. — Доступ с регистрацией. — URL: <http://rutracker.org/forum/viewtopic.php?t=1848495> (дата обращения: 02.04.2014).
2. Банк В.Р., А.В. Тараскин Финансовый анализ: учеб. пособие. М.: «Велби», 2006. — 344 с.
3. Кожевников Н.Н. Основы антикризисного управления предприятием Уч. Пособие / Под ред. Кожевникова Н.Н., 4-е издание. М.: Академия, 2010. — 496 с.
4. Куликова Е.Е. Управление рисками. Инновационный аспект. М. : Бератор-Пабблишинг, 2008. — 224 с.
5. Станиславчик Е.Н. Риск-менеджмент на предприятии. Теория и практика. М.: «Ось-89», 2002. — 80 с.
6. Шапкин А.С., А.С. Шапкин, В.А. Шапкин. Теория риска и моделирование рисков. М. : Дашков и Ко, 2005. — 880 с. (дата обращения: 27.03.2014).
7. Штовба С.Д. «Введение в теорию нечетких множеств и нечеткую логику» [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: http://matlab.exponenta.ru/fuzzylogic/book1/4_5.php (дата обращения: 01.04.2013).

**ПРИМЕНЕНИЕ МЕТОДИКИ SERVQUAL
ОТНОСИТЕЛЬНО БАНКОВСКИХ УСЛУГ
(НА ПРИМЕРЕ ЗАПАДНО-УРАЛЬСКОГО БАНКА
ОАО «СБЕРБАНК РОССИИ»)**

Топорова Полина Константиновна

*студент 2 курса, Пермский филиал федерального государственного
автономного образовательного учреждения высшего профессионального
образования Национальный исследовательский университет
«Высшая школа экономики»,
РФ, г. Пермь
E-mail: polina_toto@mail.ru*

Сфера услуг является одной из основных отраслей общественного производства, поэтому она должна чутко реагировать на спрос и потребности общества. Больше всего на выбор той или иной услуги оказывает влияние качество предлагаемой услуги. Процесс улучшения качества необходим не только для максимизации прибыли фирмы, но и для улучшения благосостояния общества. Поэтому данная проблема является актуальной в наши дни. Для поддержания уже сложившегося уровня качества услуги, а также его улучшения, необходимо проводить оценку качества предоставляемой услуги.

Для того чтобы измерить качество банковской услуги, необходимо понимать, что представляет собой качество обслуживания в банке. Как правило, предоставление банковской услуги происходит в момент непосредственного контакта производителя банковской услуги и ее потребителя. Поэтому качество банковской услуги имеет отношение к интерактивному процессу, происходящему между банком и клиентом.

Существуют две основные школы маркетинга услуг: скандинавская и американская. Скандинавские маркетологи утверждают, что качество банковской услуги существенно зависит от процесса сравнения потребителем своих ожиданий качества банковской услуги до ее потребления с непосредственным восприятием ее в момент и после самого потребления.

Американские ученые шире, чем скандинавские маркетологи, подходят к пониманию качества услуги, выделяя пять основных критериев. Американский подход обозначают аббревиатурой TAERR или МУСОН:

1. Материальность (Tangibles) — физические аспекты: оборудование, фасад здания, интерьер помещений банка, внешний вид персонала, а также информационные материалы кредитной организации.

2. Убежденность (Assurance) — знания и умения сотрудников банка, их компетентность, ответственность и вежливость, а также способность внушать доверие.

3. Сочувствие (Empathy) — проявление заботы и индивидуального подхода к каждому потребителю банковской услуги.

4. Отзывчивость (Responsiveness) — искреннее желание и готовность персонала услышать клиента и помочь ему, оперативность обслуживания клиента.

5. Надежность (Reliability) — способность банка оказывать услуги корректно и надежно, выполнять обещания точно и в срок [3. с. 24].

Интересной моделью для оценки качества предоставляемой услуги, является методика SERVQUAL (аббревиатура от Service Quality), так как она является более полной и эффективной, чем например методика SERVPERF.

Авторами методики SERVQUAL являются А. Парасураман, В.А. Зайтамл и Л.Л. Берри.

Данная методика предполагает использование базовых анкет «Ожидания» и «Восприятие» (см. приложение) для измерения ожиданий потребителей и их восприятия качества полученной услуги. Вопросы сгруппированы в блоки по четыре-пять в соответствии с пятью детерминантами качества — осязаемостью, надежностью, отзывчивостью, уверенностью, эмпатией. Респонденты отвечают на вопросы с помощью семибальной шкалы Лайкерта («Абсолютно не согласен»; «Абсолютно согласен») [1. с. 127].

По каждой из детерминант, на основании информации, получаемой по результатам анкетирования потребителей услуги, рассчитывается соответствующий индекс как разность между воспринятым и ожидаемым уровнем качества услуги. Полученные значения усредняются с учетом приоритетности для потребителей оцениваемых детерминант, что дает искомый общий индекс SQI [1. с. 129].

Данная методика не применяется в Сбербанке. Проанализировав методику SERVQUAL, было принято решение отказаться от некоторых вопросов, которые являлись идентичными, и использовать модифицированную анкету «Взвешенный SERVQUAL» (см. приложение).

Объектом для исследования был выбран филиал Сбербанка находящийся по адресу г. Пермь, ул. Куйбышева, д. 97, так как в данном филиале наблюдается один из наиболее высоких клиентопотоков.

Объем выборки составил 100 анкет. Выборка репрезентирует взрослое городское население (возраст 18—70 лет). 53 % респондентов составили представители мужского пола и 47 % — женского пола.

Опрос проводился среди текущих, прямых клиентов банка — людей, которые пользуются хотя бы одним из банковских продуктов в Сбербанке (кредитами, вкладами, картами и т. д.). Респондентами являлись представители различных сегментов (пенсионеры, массовый высокодоходный, молодежь и массовый), а также они являлись потребителями всей продуктовой линейки Сбербанка. Принадлежность респондентов к различным сегментам можно посмотреть на рис. 1.

Исследование проводилось в несколько этапов:

1. Проведение анкетирования.

Каждому клиенту, который находился в зале ожидания Сбербанке было предложено заполнить анкеты. При возникновении трудностей заполнения, непонимания вопроса или иных вопросов, была оказана помощь.

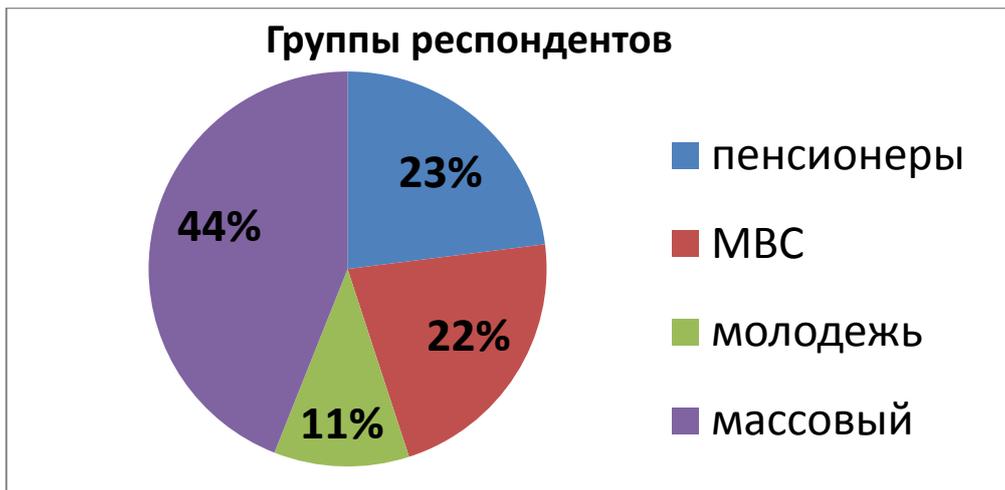


Рисунок 1. «Группы респондентов»

2. Сбор данных в сводную таблицу и расчет результатов, с помощью Microsoft Office Excel.

3. Анализ полученных данных и представление их в понятной форме, в виде диаграмм и таблиц.

Индикатор качества услуги рассчитывают по формуле:

$$Q = P - E,$$

где: Q (quality) — индикатор качества;

P (perception) — восприятие;

E (expectation) — ожидание.

Если индикатор качества Q имеет нулевое значение, значит, ожидания клиента совпадают с воспринятым фактическим качеством. При большем значении ожидания E индикатор качества Q будет отрицательным. При большем значении восприятия P — положительным. Нулевые и положительные индикаторы коэффициентов качества Q считаются успешными. Индикаторы, приближенные к нулю, — удовлетворительными. Отрицательные индикаторы — неудовлетворительными.

По методике SERVQUAL коэффициент качества является абсолютной величиной. Однако наряду с абсолютными статистическими величинами, в экономико-статистическом анализе большое значение имеют величины

относительные. Основное условие расчета относительной величины — сопоставимость сравниваемых показателей и наличие реальных связей между изучаемыми явлениями. Величина, с которой производится сравнение (знаменатель дроби), обычно называется базой сравнения или основанием.

Расчет коэффициента качества относительно ожиданий потребителей:

Примем коэффициент качества относительно ожиданий за Q1. Тогда:

$$Q1 = \frac{E - P}{E} * 100\%$$

где: Q1 — коэффициент качества относительно ожиданий;

E — средняя оценка ожидаемого уровня качества;

P — средняя оценка воспринимаемого уровня качества.

$$Q1 = 8,895299$$

Чем ниже значение относительного коэффициента качества Q1, тем более качественные услуги предоставляет банк. В данном варианте расчета во внимание принимается не только разница между ожиданием и восприятием, но и величина ожидаемой оценки качества.

Расчет коэффициента качества относительно идеала:

Обозначим коэффициент качества по отношению к идеалу как Q2. За идеал примем максимально возможное значение ожиданий, которое в модели SERVQUAL равно семи. Тогда:

$$Q2 = \frac{7 - P}{7} * 100\%$$

где: Q2 — коэффициент качества относительно идеала;

7 — идеал, максимальная оценка ожиданий потребителя.

$$Q2 = 15,60825$$

Данный коэффициент показывает отношение воспринимаемого потребителями качества банковских услуг к максимальным ожиданиям и дает

больше возможностей для сравнения качества услуг, предоставляемых различными банками. Чем ниже показатель, тем выше уровень качества [2].

По результатам исследования, можно сказать следующее.

Наиболее низкими показателями оказались: Н4 (Банк предоставляет услуги аккуратно и в срок); Н7 (Банк избегает ошибок и неточностей в своих операциях); Н6 (Если у клиентов возникают проблемы, то банк искренне пытается их решить); О9 (Сотрудники банка быстро реагируют на просьбы клиентов); Э15 (Сотрудники банка знают Ваши потребности и ориентированы на Ваши интересы).

Наиболее высокими показателями оказались: М2 (Сотрудники хорошо и опрятно одеты); У13 (Руководство банка оказывает поддержку сотрудникам для эффективного обслуживания клиентов); У12 (При общении с сотрудниками банка, Вы чувствуете себя безопасно); М3 (Помещение банка в отличном состоянии).

Исследование показало, что наиболее требовательным сегментом является высокодоходный сектор, в то время как наиболее лояльным – пенсионеры.

Также заметны различия в потребностях и ожиданиях у разных сегментов:

1. Сегменту «пенсионеры» очень важны такие критерии как материальность и сочувствие, в то время как сегменту «МВС» — убежденность и надежность.

2. Для пенсионеров ожидание и восприятие качества услуги совпадают, они получают то, что ожидают и всем довольны.

3. Сегменту «МВС» необходимо, чтобы услуга предоставлялась быстро, четко и без возникновения неполадок, так если хоть раз получив негативную эмоцию по одному из этих параметров, они оценивают качество предоставления услуги как не соответствующее ожиданию.

4. Сегменты «массовый» и «молодежь» также не хочет проводить долгое время в очередях, а также они высказывают недовольство в поведении сотрудников (нахамили, были недостаточно приветливы, были слишком медлительны).

Некоторые показатели, которые клиенты оценили как с невысоким уровнем качества, являются одними из самых важных по их мнению (Рис. 2).

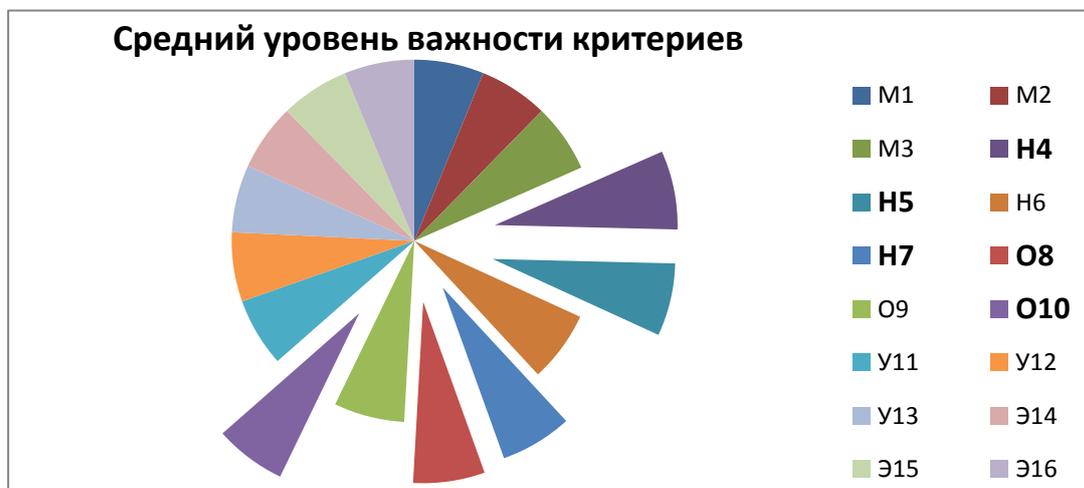


Рисунок 2. «Средний уровень важности критериев»

Из этого следует, что особое внимание необходимо уделить следующим проблемам: срок предоставления услуг и устранение ошибок, неточностей в операциях.

Также был проведен анализ ситуации по самим 5 критериям. По мнению респондентов, критерии надежность и эмпатия являются самыми проблемными, критерии надежность и отзывчивость — самыми важными.

Глобальный коэффициент качества равен $-0,56591$. Из этого можно сделать вывод, что количество клиентов, которые считают услуги недостаточно качественными, превышает количество тех, кто считает услуги качественными. Полученные данные по разрыву в ожидании и восприятии можно увидеть на рис. 3, 4.



Рисунок 3. «Разрыв между ожиданием и восприятием по всем критериям»

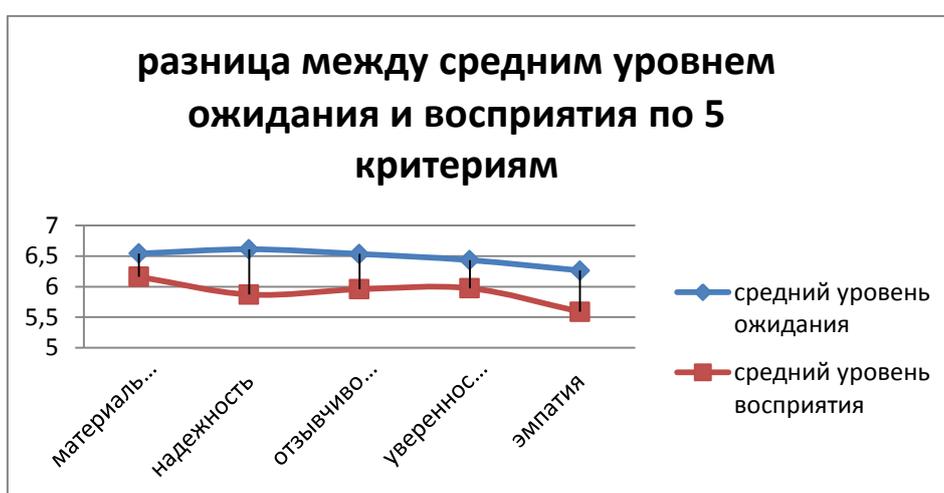


Рисунок 4. «Разрыв между ожиданием и восприятием в целом по 5 критериям»

При проведении анкетирования SERVQUAL наблюдался достаточно большой процент клиентов, которые отказывались заполнять ее, в силу разных причин (перерыв на обед скоро закончится, нежелание заполнять, ребенок ждет, нехватка времени, отсутствие мотивации). Для мотивации респондентов можно прибегнуть к их поощрению, например, небольшой подарок каждому участнику (плитка шоколада, брелок, шариковая ручка) или участие в розыгрыше более ценных призов (бытовая техника, билеты в театр). Таким образом, респондент получит мотивацию, а исследование будет проходить в эмпатийной атмосфере, которая располагает к более продуманным ответам.

В заключение хотелось бы отметить, что методика SERVQUAL является подходящей для определения качества банковских услуг, в тоже время она

нетрудоемкая, что позволит банку при относительно небольших затратах на время и денежные средства, получить необходимую информацию о сильных и слабых сторонах банка, а также о важных для клиентов критериях оценки качества предоставляемой услуги.

Приложение № 1.

Модифицированная анкета «взвешенный SERVQUAL»

Инструкции: Просим высказать Ваше мнение относительно качества банковских услуг. В первом столбце перечислены критерии качества. Пожалуйста, оцените каждый критерий по 3 характеристикам: Ваше **ожидание**, в какой степени, по Вашему мнению, должны соответствовать предоставляемые услуги; Ваше **восприятие**, мнение по поводу соответствия Сбербанка каждому из критериев; **важность** каждого критерия для Вас. Если Вы полностью согласны, отметьте 7. Если полностью не согласны — число 1. Если Ваше мнение не столь категорично — одно из промежуточных чисел (2,3,4,5 или 6). В анкете нет правильных или неправильных ответов, мы заинтересованы в том, чтобы узнать ваше мнение о Сбербанке. Спасибо за участие!

Критерий качества	Ожидание	Восприятие	Важность
М1. Сбербанк имеет современные оргтехнику и оборудование	7 6 5 4 3 2 1	7 6 5 4 3 2 1	7 6 5 4 3 2 1
М2. Сотрудники Сбербанка хорошо и опрятно одеты	7 6 5 4 3 2 1	7 6 5 4 3 2 1	7 6 5 4 3 2 1
М3. Помещение Сбербанка в отличном состоянии	7 6 5 4 3 2 1	7 6 5 4 3 2 1	7 6 5 4 3 2 1
Н4. Сбербанк предоставляет услуги аккуратно и в срок	7 6 5 4 3 2 1	7 6 5 4 3 2 1	7 6 5 4 3 2 1
Н5. Сбербанк имеет надежную репутацию	7 6 5 4 3 2 1	7 6 5 4 3 2 1	7 6 5 4 3 2 1
Н6. Если у клиентов возникают проблемы, то Сбербанк искренне пытается их решить	7 6 5 4 3 2 1	7 6 5 4 3 2 1	7 6 5 4 3 2 1
Н7. Сбербанк избегает ошибок и неточностей в своих операциях	7 6 5 4 3 2 1	7 6 5 4 3 2 1	7 6 5 4 3 2 1
О8. Сотрудники Сбербанка дисциплинированы и вежливы	7 6 5 4 3 2 1	7 6 5 4 3 2 1	7 6 5 4 3 2 1
О9. Сотрудники Сбербанка быстро реагируют на просьбы клиентов	7 6 5 4 3 2 1	7 6 5 4 3 2 1	7 6 5 4 3 2 1

О10. Сотрудники Сбербанка всегда помогают клиентам	7 6 5 4 3 2 1	7 6 5 4 3 2 1	7 6 5 4 3 2 1
У11. Между клиентами и сотрудниками Сбербанка существует атмосфера доверия и взаимопонимания	7 6 5 4 3 2 1	7 6 5 4 3 2 1	7 6 5 4 3 2 1
У12. При общении с сотрудниками Сбербанка, Вы чувствуете себя безопасно	7 6 5 4 3 2 1	7 6 5 4 3 2 1	7 6 5 4 3 2 1
У13. Руководство Сбербанка оказывает поддержку сотрудникам для эффективного обслуживания клиентов	7 6 5 4 3 2 1	7 6 5 4 3 2 1	7 6 5 4 3 2 1
Э14. Сотрудники Сбербанка проявляют личное участие в решении проблем клиентов	7 6 5 4 3 2 1	7 6 5 4 3 2 1	7 6 5 4 3 2 1
Э15. Сотрудники Сбербанка знают Ваши потребности и ориентированы на Ваши интересы	7 6 5 4 3 2 1	7 6 5 4 3 2 1	7 6 5 4 3 2 1
Э16. Часы работы Сбербанка удобны для всех клиентов	7 6 5 4 3 2 1	7 6 5 4 3 2 1	7 6 5 4 3 2 1

Список литературы:

1. Балаева О.Н. «Управление организациями сферы услуг»: учеб. Пособие / О.Н. Балаева, М.Д. Предводителя; Гос. ун-т Высшая школа экономики. — М.: Изд. дом Гос. ун-та Высшей школы экономики, 2010.
2. Маркетинг и маркетинговые исследования 01(103)2013: Ивашкова Н.И., Лопатинская И.В. «Методы оценки удовлетворенности и лояльности потребителей: модификация аналитических возможностей SERVQUAL применительно к банковским услугам».
3. Маркетинг в сфере финансовых и страховых услуг 01(01)2012: Новаторов Э.В., Новицкая В.Д. «Модификация и эмпирическая проверка методики измерения качества услуг SERVQUAL применительно к банковским услугам».

СЕКЦИЯ 3. РЕГИОНОВЕДЕНИЕ

ОСОБЕННОСТИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ РЕГИОНА

Загудаева Нина Владимировна

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

Ленгинович Светлана Геннадьевна

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

Герасимова Светлана Александровна

*научный руководитель, канд. экон. наук, доцент кафедры
«Финансы и финансовый менеджмент» ДИТИ НИЯУ МИФИ,
РФ, г. Дмитровград*

Регион стал полноправным субъектом экономических отношений в России благодаря развитию федерализма. Концепция региональной инвестиционной политики может претендовать на место новой модели развития региона, соответствующей переходной экономике. Социально-экономическое развитие региона способствует осуществлению инвестиционной деятельности в настоящее время. Также уровень инвестиционной активности определяет развитие самого региона, возможности его экономического роста и достижения социального благосостояния населения.

Инвестиционная политика региона — совокупность действий, определяемых выбором способа реализации эффективных путей обновления и расширения производственного, научно-технического, финансового потенциала региона и направленных на достижение финансовой устойчивости в текущем и будущем периоде и создания условия воспроизводства капитальных ресурсов в регионе [1, с. 85]. При разработке инвестиционной политики согласуется общий объем инвестиций, способы рационального

использования собственных средств и возможности привлечения дополнительных. Инвестиционные проекты ограничиваются объемами ресурсов и сроками реализации для достижения максимального общего экономического эффекта [2].

Инвестиционная политика должна разрабатываться на уровне муниципального управления (микроуровень) и управления государством в целом (макроуровень). На микроуровне определяются перспективы развития территориальных единиц, в соответствии с которыми вырабатываются целевые программы и обоснованные проекты. На макроуровне распределяются ограниченные бюджетные средства и меры поддержки в наиболее перспективных отраслях и регионах, поддерживается сбалансированность в развитии экономики регионов и страны [1, с. 88].

При разработке инвестиционной политики согласуется общий объем инвестиций, способы рационального использования собственных средств и возможности привлечения дополнительных. Инвестиционные проекты ограничиваются объемами ресурсов и сроками реализации для достижения максимального общего экономического эффекта [2].

В процессе осуществления собственной инвестиционной политики каждый регион России вправе преследовать различные цели, непротиворечащие принципам своей внутренней политике и экономического развития страны. К часто встречающимся целям текущей инвестиционной политики регионов относится [3]:

- структурная перестройка региональной экономики;
- достижение экономической самостоятельности и обеспечение экономической безопасности региона;
- рационализация размещения производительных сил в регионе и укрепление собственной индустриальной базы;
- выделение приоритетных инвестиционных проектов, исходя из интересов регионального хозяйственного комплекса;
- создание условий для эффективных вложений в экономику региона.

Под эффективными вложениями понимаются инвестиционные вложения, которые позволяют получить приемлемую для инвестора и для региона, экономическую выгоду в виде, прибыли. Основным критерием инвестиционной политики для инвестора является ожидаемая доходность на вложенный капитал, а для региона — повышение бюджетной эффективности экономики региона.

Разработка обоснованной инвестиционной политики региона строится согласно глобальным целевым установкам по развитию данного региона. Принципами формирования обоснованной региональной инвестиционной политики является [3]:

1. Эффективность. Вложение средств должно осуществляться в проекты, которые имеют подтвержденную эффективность без дополнительных рисков и небольшие сроки окупаемости. В первую очередь к ним относятся проекты по созданию новых не капиталоемких или стратегических предприятий, ориентированных на конкретные рынки сбыта, или реконструкцию и модернизацию имеющихся предприятий.

2. Структурное равновесие. Оно связано с определением структурного соотношения, т.к. инвестиционные потоки имеют ограничения структурного характера. Причем, структурное соотношение устанавливается на основе установления предельных уровней развития или текущего состояния в зависимости от условий реализации того или иного этапа программы.

3. Целенаправленность. Инвестиции следует направлять на реализацию тех проектов, которые содержат конкретное обоснование и практическую пользу.

4. Общациональная значимость. Будет достигнута в том случае, если инвестиционная политика регионов будет сконцентрирована и иметь общую направленность интересов субъектов инвестиционного процесса, ответственность в принятии решений и реализации программ.

Также для достижения целей инвестиционной политики регион должен соблюдать следующие принципы: доброжелательность во взаимоотношениях с инвестором; сбалансированность публичных и частных интересов; ясность

и простота инвестиционного процесса в регионе; неизменность принятых решений; взаимная ответственность властей региона и инвесторов.

Большинство регионов страны ставят своей стратегической целью создания технологически развитой экономики с устойчивым типом воспроизводства и реализации промышленной политики, связанной с развитием реального сектора, выделением приоритетных направлений индустриального роста.

Инвестиционное проектирование является основным средством реализации региональной инвестиционной политики. Инвестиционный проект — это документ, в котором описаны действия направленные на достижение поставленной цели. Разработка инвестиционного проекта включает: экономическую целесообразность проекта, объем и сроки осуществления инвестиций, описание практических действий по их осуществлению [3]. Обязательное условие его реализации — эффективность использования инвестиционных ресурсов, для этого рассчитывается прибыль от проекта, ликвидность, рост объема продаж, конкурентоспособность.

Инвестиционное проектирование в регионах Российской Федерации обладает специфическими особенностями. Среди них выделяют [3]:

- децентрализацию инвестиционного процесса;

Здесь происходит два направления обозначенного процесса: федеральный центр — регион, региональное правительство — региональные промышленные и финансовые институты. В первом случае наблюдается передача централизованных управляющих функций в пользу региональных властных структур, формирование инвестиционных потоков на локальном уровне. Во втором случае происходит постепенное сокращение государственных инвестиций и увеличение числа приватизированных предприятий.

- переход к методам воздействия, обеспечивающим возможности экономики (формирование инвестиционного бюджета, долгосрочное государственное кредитование и т. п.);

- появление новых участников инвестиционного процесса.

Структура участников инвестиционного проекта разветвляется, что приводит, с одной стороны, к усложнению процесса, с другой стороны, к передаче части инвестиционных обязательств государства другим участникам проекта.

Таким образом, инвестиционная политика на региональном уровне находится в стадии развития и имеет свои черты и особенности, которые для каждого региона различны, т. к. каждая из них имеет свои цели, экономический потенциал и для каждого определяет свой уровень государственного финансирования. В результате чего образуется дифференциация российских регионов с точки зрения инвестиционной политики и ее устранение должно стать одним из основных направлений деятельности регионов, к которым также относится [2]:

- создание благоприятного инвестиционного климата; развитие законодательства, регулирующего инвестиционный процесс; управление инвестиционными рисками;
- формирование инвестиционного потенциала и расширение объема средств, привлекаемых из внебюджетных источников инвестирования;
- развитие финансово-инвестиционной инфраструктуры и рынков инвестиционных ресурсов в регионе;
- повышение эффективности инвестиций с точки зрения регионального развития.

Список литературы:

1. Лапыгин Ю.Н. Балакирев А.А. Инвестиционная политика: учебное пособие. М.: Кнорус, 2005. — 320 с.
2. Сангадиева И.Г. Экономические проблемы регионов и отраслевых комплексов: статья. Евразийский международный научно-аналитический журнал. Проблемы современной экономики, — 2005. — № 1/2 (13/14).
3. Сущность, виды и цели инвестиционной политики // Экономика труда [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://laboureconomics.ru/regioneconomics/117-2009-03-15-08-14-59> (дата обращения 08.04.2014).

АНАЛИЗ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ БРЯНСКОЙ ОБЛАСТИ

Коростелева Татьяна Витальевна

*студент 4 курса, кафедра «Государственное управление и финансы»
ФГБОУ ВПО «БГИТА»,
РФ, г. Брянск
Email: tatyanka-3092@mail.ru*

Шварова Елена Владимировна

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

Активация инновационной деятельности в регионе является одним из ключевых факторов его социально-экономического развития. Инновационная деятельность является перспективной сферой экономики, так как она позволяет получить значительный экономический эффект.

В целях разработки основных направлений активации инновационной деятельности региона необходим анализ показателей развития его инновационной деятельности.

Проведем анализ динамики и структуры основных показателей инновационной деятельности предприятий Брянской области и сравним их с показателями регионов ЦФО.

На протяжении 2010-2012 годов число организаций, выполняющих научные исследования и разработки, в Брянской области изменялось скачкообразно. Наибольшее число организаций было зафиксировано в 2000 году (31 организация). В целом за анализируемый период количество организаций, выполняющих научные исследования и разработки, сократилось на 32,26 %.

В 2000 году Брянская область занимала по данному показателю 9 место, в 2012 году — 8 место среди регионов ЦФО (на фоне снижения данного показателя по другим регионам ЦФО).

Численность персонала, занятого научными исследованиями и разработками, в Брянской области сократилось с 2611 человек в 2000 году

до 958 человек в 2012 году (темп снижения составил 63,3 %). Снижение данного показателя в ЦФО отмечалось за анализируемый период в 17 регионах из 18 (рост наблюдался только в Курской области на 49,7 %). По темпам снижения численности персонала, занятого научными исследованиями и разработками, Брянская область за 2000—2012 гг. заняла в ЦФО 2 место, пропустив вперед Тульскую область (темп снижения составил 65 %).

В разрезе по категориям персонала, занятого научными исследованиями и разработками, в Брянской области за 2000—2012 гг. ситуация выглядит следующим образом: количество исследователей сократилось на 59,2 %, техников — на 48,1 %, вспомогательного персонала — на 78,2 % и прочего персонала — на 70,2 %.

Рассмотрим структуру численности персонала, занятого научными исследованиями и разработками, в Брянской области в 2010 году. Данные представлены на рисунке 1 [1, с. 788].

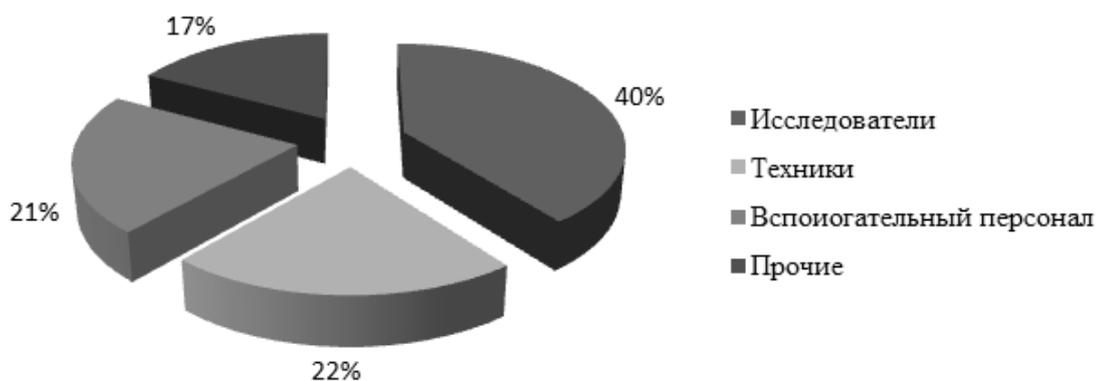


Рисунок 1. Структура численности персонала, занятого научными исследованиями и разработками, в Брянской области в 2010 году, %

В 2010 году в Брянской области в структуре численности персонала, занятого научными исследованиями и разработками наибольший удельный вес занимали исследователи — 39,6 %, второе место занимали техники — 21,8 %, на третьем месте находился прочий персонал — 17,1 %.

Рассмотрим структуру численности персонала, занятого научными исследованиями и разработками в Брянской области в 2012 году. Данные представлены на рисунке 2 [1, с. 790—791].

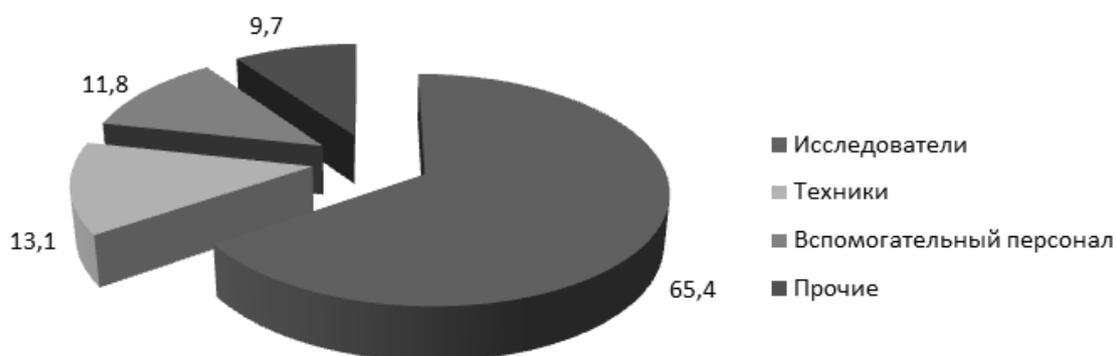


Рисунок 2. Структура численности персонала, занятого научными исследованиями и разработками, в Брянской области в 2012 году, %

В 2012 году по сравнению с 2010 годом удельный вес исследователей в структуре персонала, занятого научными исследованиями и разработками, увеличился на 25,8 %. Они по-прежнему занимают наибольший удельный вес. На втором месте — техники (13,1 %), на третьем месте — вспомогательный персонал (11,8 %), на последнем месте — прочие работники (9,7 %).

В 2012 году структура численности персонала, занятого научными исследованиями и разработками, в целом по ЦФО и в Брянской области отличаются. В 2012 году в ЦФО исследователи занимали 52,2 %, техники — 8 %, вспомогательный персонал — 23,1 %, прочие работники — 16,7 %.

Проанализируем численность исследователей с учеными степенями в Брянской области и в ЦФО в 2000—2012 гг. Данные представлены в таблице 1 [1, с. 794].

*Таблица 1.***Численность исследователей с учеными степенями в Брянской области и в ЦФО в 2000—2012 гг., человек**

	Всего			
	2000 г.	2005 г.	2011 г.	2012 г.
Центральный федеральный округ	61887	56385	61360	59687
Белгородская область	164	107	358	375
Брянская область	59	52	59	52
Владимирская область	419	349	401	380
Воронежская область	623	902	1390	954
Ивановская область	269	244	276	411
Калужская область	1189	992	934	903
Костромская область	28	20	20	21
Курская область	125	90	198	177
Липецкая область	28	70	100	126
Московская область	9245	8115	8371	7822
Орловская область	126	106	204	129
Рязанская область	137	155	199	195
Смоленская область	45	59	70	60
Тамбовская область	154	169	188	193
Тверская область	484	477	430	455
Тульская область	239	197	183	171
Ярославская область	395	352	889	898
г. Москва	48158	43929	47090	46375

В 2012 году в Брянской области было 52 исследователя с учеными степенями (8,3 % от общего числа исследователей), в том числе 14 докторов наук и 38 кандидатов наук. За 2000—2012 гг. численность исследователей снизилась на 11,9 %. Также изменилась структура исследователей с учеными степенями. Количество докторов наук увеличилось в 2,3 раза и составило в 2012 году 14 человек. Количество кандидатов наук снизилось к 2012 году на 28,3 % по сравнению с 2000 годом и составило 38 человек.

Рассмотрим динамику внутренних затрат на научные исследования и разработки в Брянской области в 2000—2012 гг. Данные представлены на рисунке 3 [1, с. 796].

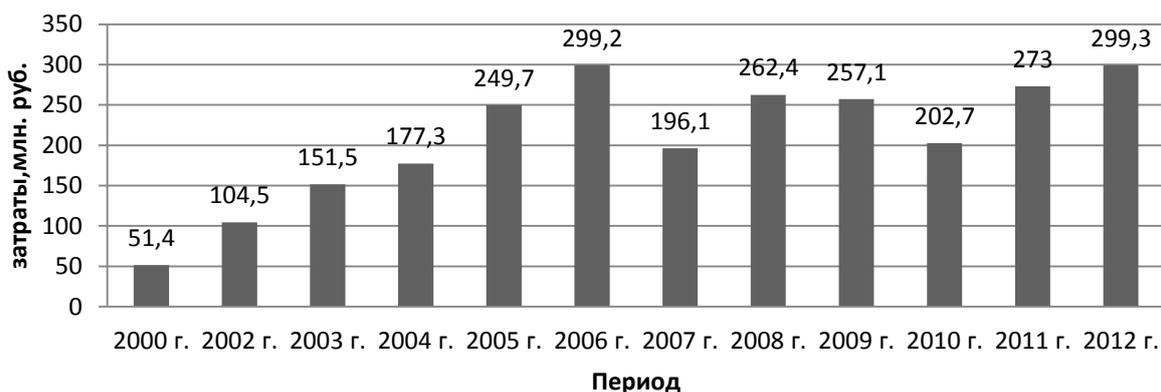


Рисунок 3. Динамика внутренних затрат на научные исследования и разработки в Брянской области в 2000—2012 гг., млн. руб.

По данным рисунка 3 видно, что затраты на научные исследования и разработки в Брянской области в 2000—2012 гг. изменялись скачкообразно. Наибольший объем затрат зафиксирован в 2012 году (299,3 млн. рублей). Внутренние затраты на научные исследования и разработки в Брянской области в 2012 году по сравнению с 2000 годом возросли в 5,8 раз. Однако, несмотря на данный рост и в 2000 году, и в 2012 году область занимала 16 место по данному показателю среди регионов ЦФО. В структуре внутренних затрат на научные исследования и разработки в целом по ЦФО удельный вес показателя по Брянской области очень низкий: в 2000 году он составил 0,13 %, в 2012 году снизился до 0,08 %.

Проанализируем структуру внутренних затрат на научные исследования и разработки в Брянской области. Данные представлены на рисунке 4 [1, с. 798].

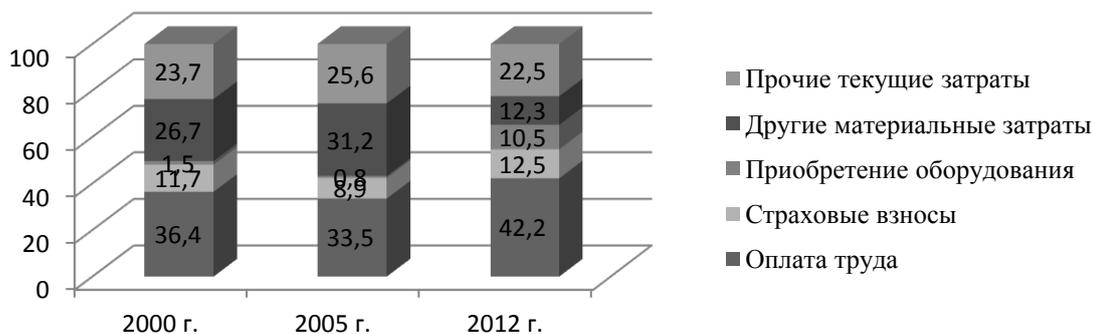


Рисунок 4. Структура внутренних затрат на научные исследования и разработки в Брянской области, %

По данным рисунка 4 видно, что наибольший удельный вес в структуре затрат на научные исследования и разработки на протяжении анализируемого периода занимает оплата труда. В 2000 году ее удельный вес составлял 36,4 %, в 2005 году — 33,5 %, в 2012 году — 42,1 %. Наименьший удельный вес на протяжении всего периода занимают затраты на приобретение оборудования.

В структуре внутренних затрат на научные исследования и разработки по видам работ в Брянской области в 2012 году наибольший удельный вес занимали разработки (67,5 %), на фундаментальные и прикладные исследования приходилось 19 % и 13,5 % соответственно.

В 2012 году в целом по ЦФО наибольший удельный вес во внутренних текущих затратах на научные исследования и разработки по видам работ занимают разработки (59,9 %), на фундаментальные и прикладные исследования приходится 16,5 % и 23,6 % соответственно.

За период 2000 по 2012 год в Брянской области было создано 38 передовых производственных технологий. По данному показателю Брянская область занимало по ЦФО 11 место. Наибольшее количество передовых производственных технологий за 2000—2012 годы было создано в г. Москва — 1906. Наименьшее количество передовых производственных технологий было зафиксировано в Тамбовской области — 2. В 2012 году по сравнению с 2000 годом предприятия стали использовать передовых производственных технологий в 4 раза больше. В 2000 году предприятия использовали 304 передовые производственные технологии, а к 2012 году — 1221.

По данному показателю Брянская область по ЦФО занимает 16 место, опередив только Рязанскую и Ивановскую области, предприятия которых в 2012 году 1032 и 624 передовых производственных технологий. Лидером по использованию передовых производственных технологий в своей деятельности за 2000—2012 годы стали предприятия, находящиеся в г. Москве и Московской области.

Проанализируем динамику инновационной активности организаций в Брянской области и ЦФО в 2000—2011 гг. Данные представлены на рисунке 5 [1, с. 820].

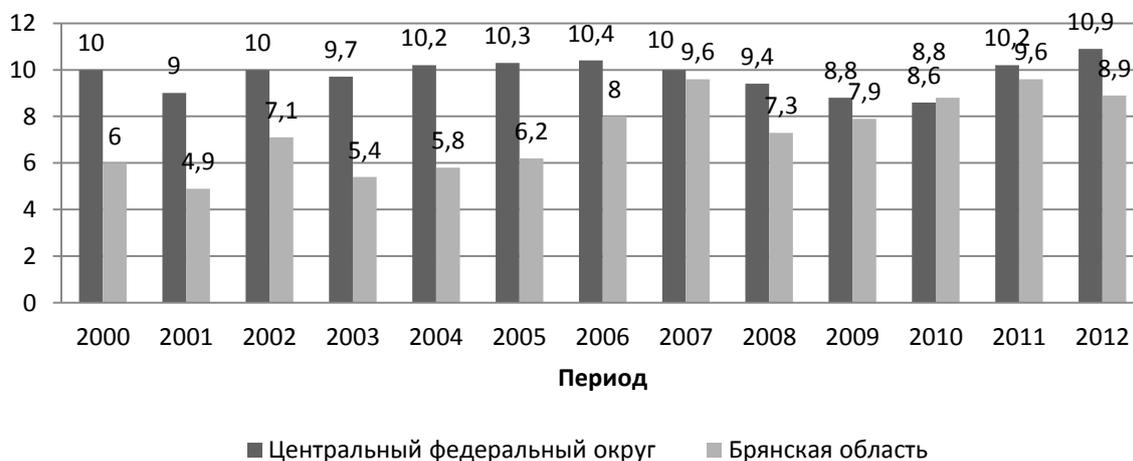


Рисунок 5. Динамика инновационной активности организаций в Брянской области и ЦФО в 2000—2012 гг., %

По данным рисунка 5 видно, что уровень инновационной активности организаций Брянской области с 2000 по 2012 год увеличился с 6 % до 8,9 %. Отставание от уровня данного показателя по ЦФО значительно сократилось: если в 2000 году Брянская область отставала от уровня данного показателя по ЦФО на 4 п.п., то к 2012 году отставание составило 2 п.п.

В 2000 году Брянская область по уровню инновационной активности организаций занимала в ЦФО 14 место, в 2009 году — 12 место, в 2011 году — 9 место, а в 2012 году — 13 место. В 2012 году лидером среди регионов ЦФО по уровню инновационной активности организаций стал г. Москва (18,6 %), на втором месте — Липецкая область (14,1 %), на третьем месте — Тульская область (13,1 %).

Наибольшее влияние на развитие предприятий оказывают технологические инновации.

Технологические инновации представляют собой конечный результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде нового либо

усовершенствованного продукта или услуги, внедренных на рынке, нового либо усовершенствованного процесса или способа производства (передачи) услуг, используемых в практической деятельности.

Проанализируем динамику затрат на технологические инновации в Брянской области в 2000—2012 гг. Данные представлены на рисунке 6 [1, с. 822].

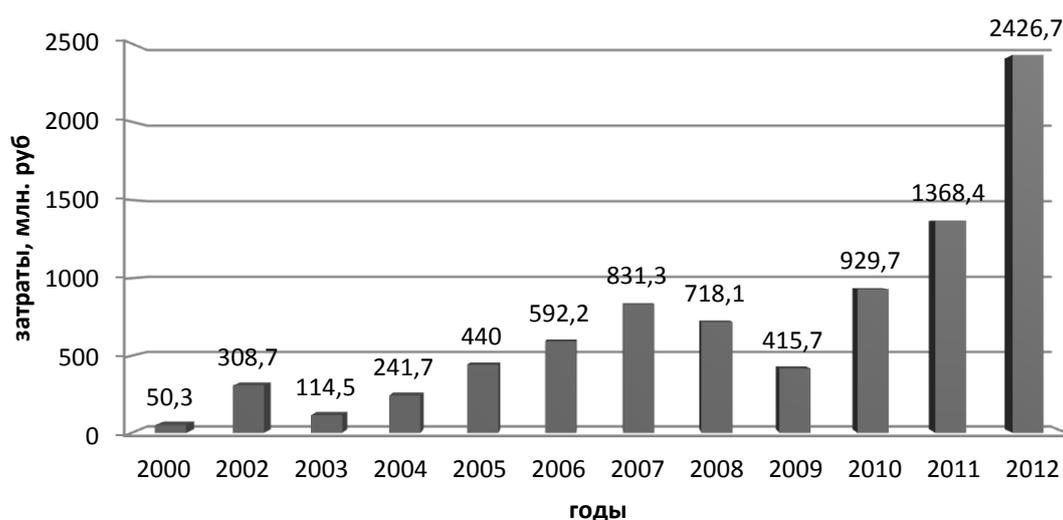


Рисунок 6. Динамика затрат на технологические инновации в Брянской области в 2000—2012 гг., млн. руб.

Анализ рисунка 6 показал, что за 2000—2012 гг. затраты на технологические инновации в Брянской области увеличились в 48,2 раза. Это свидетельствует о наращивании темпов внедрения новых технологий в производство, что в конечном итоге приведет к повышению эффективности работы предприятий области. Лидером по величине затрат на технологические инновации в 2000—2012 гг. был г. Москва. На него в 2000 году приходилось 71,65 % всех затрат на технологические инновации в ЦФО, в 2012 году — 58 %.

Результатами внедрения и использования инноваций в производственном процессе отражает показатель объема инновационных товаров.

Динамика объема инновационных товаров, работ, услуг, выпущенных предприятиями и организациями ЦФО представлена в таблице 2 [1, с. 824].

Таблица 2.

Динамика объема инновационных товаров, работ, услуг, млн. руб.

	Млн. рублей			В процентах от общего объема отгруженных товаров, выполненных работ, услуг		
	2000 г.	2009 г.	2012 г.	2000 г.	2009 г.	2012 г.
Центральный федеральный округ	49261,3	241621,3	938153,2	7,4	4,4	10,2
Белгородская область	341,4	10437,5	21683,4	1,2	4,1	4,0
Брянская область	324,2	9913,6	11171,2	2,7	12,3	10,2
Владимирская область	1629,4	4665,0	26496,9	5,4	3,2	10,6
Воронежская область	990,5	7505,1	16169,4	3,1	4,6	5,6
Ивановская область	302,5	1619,6	514,7	2,7	3,2	0,6
Калужская область	1890,6	4386,6	19439,8	10,3	2,7	4,5
Костромская область	266,4	2095,8	3451,8	2,5	3,8	3,1
Курская область	739,8	467,7	6364,0	3,2	0,4	3,2
Липецкая область	1053,2	31491,9	43584,4	1,9	12,5	10,9
Московская область	7498,4	86496,6	179782,0	7,7	9,4	10,5
Орловская область	1001,3	2033,3	960,1	8,1	4,7	1,1
Рязанская область	1251,1	5436,3	5246,6	6,5	5,0	2,8
Смоленская область	146,9	4417,5	3152,0	0,5	3,9	1,9
Тамбовская область	233,9	3161,7	3533,8	2,2	6,1	4,4
Тверская область	2325,5	16679,6	17155,6	11,2	11,2	7,7
Тульская область	1389,2	3328,2	50684,6	3,4	1,7	14,7
Ярославская область	2156,6	11742,1	34230,5	5,0	7,9	15,1
г. Москва	25720,2	35743,1	494532,2	15,3	1,5	13,3

По данным таблицы 2 видно, что объем инновационных товаров, работ, услуг в целом по ЦФО с 2000 по 2012 год увеличился в 19 раз. При этом доля инновационных товаров, работ, услуг в общем объеме отгруженных товаров увеличилась на 2,8 п.п., что свидетельствует о повышении уровня эффективности инновационной деятельности. Лидером по росту объема инновационных товаров, работ, услуг в 2000—2012 гг. стала Белгородская область (рост составил 63,5 раза). Доля инновационных товаров, работ, услуг в Белгородской области увеличилась на 2,8 п.п. Липецкая область находится на втором месте по росту объема инновационных товаров, работ, услуг за 2000—2012 гг., Брянская область занимает 4 место по данному показателю.

В Брянской области объем инновационных товаров, работ, услуг в 2012 году по сравнению с 2000 годом увеличился в 34,5 раза, доля инновационных товаров, работ, услуг в общем объеме отгруженных товаров увеличилась с 2,7 % в 2000 году до 10,2 % в 2012 году. Рост затрат на технологические инновации в Брянской области способствовал повышению уровня эффективности инновационной деятельности в регионе.

Специалистами Красноярского регионального инновационно-технологического бизнес — инкубатора (КРИТБИ) был составлен рейтинг 100 событий в инновационной сфере в 2013 году.

Среди российских новостей об инновациях наиболее значимые: вхождение России в топ-15 инновационных стран мира, проведение Московского международного форума инновационного развития «Открытые инновации», “road show” российских институтов развития Russian StartUp Tour, который собрал 3500 российских стартапов со всей страны.

Также в 2013 году произошли следующие события: Россия вошла в топ-15 инновационных стран; РВК и Центр инновационного развития Москвы объявили о запуске первого национального конкурса-акселератора технологических проектов; российские ученые создали 3D-микроскоп для изучения нанообъектов; регионы представляют свои достижения на выставке Open Innovations [2].

Проведение указанных мероприятий является одним из шагов по активации инновационной деятельности как регионов, так и России в целом.

Список литературы:

1. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2013: Стат. сб. Росстат. М., 2013. — 990 с.
2. Топ-25 новостей российских инноваций // ТОП-100 главных новостей инноваций 2013 года. — 2014. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.kritbi.ru/upload/files/Daidzhest%20TOP-100%20novostei%20innovatsii.pdf> (дата обращения 15.03.2014).

СЕКЦИЯ 4. РЕКЛАМА И PR

ПРОДВИЖЕНИЕ САЙТОВ: СВЕЖИЕ ТРЕНДЫ SEO И ИНТЕРНЕТ МАРКЕТИНГА

Мизюркина Галина Ивановна

*студент 1 курса магистратуры кафедры инженерного предпринимательства
НИ ТПУ,
РФ, г. Томск
E-mail: mizyurkina91@mail.ru*

Кондратьева Ирина Владимировна

*научный руководитель, ассистент кафедры культурологи и социальной
коммуникации НИ ТПУ,
РФ, г. Томск*

Процесс продвижения сайтов в Рунете сложно назвать стабильным. Из года в год происходят масштабные изменения, вносятся коррективы, возникают новые технологии. Пару лет назад при ранжировании сайтов основное внимание уделялось ссылочной массе, а сейчас ссылки могут принести больше вреда, чем пользы.

Еще в прошлом году Google стал скептически относиться к ссылкам и изменил алгоритмы ранжирования. Затем и Яндекс решил изменить свой подход к оценке качества сайтов и поисковому продвижению. С 2014 года ссылки не учитываются при продвижении сайтов по коммерческим запросам. Правда, касается это лишь Москвы и области. Но это пока.

Чего ждать от SEO и продвижения в 2014 году? На что придется сделать основной упор в процессе оптимизации и раскрутки сайтов? Рассмотрим основные моменты, касающиеся развития SEO в 2014.

Стратегии продвижения на этот год: что следует учесть

Поисковые системы сводят к минимуму значение ссылочных факторов. Велика вероятность, что в продвижении по коммерческим запросам ссылки вовсе перестанут учитываться. Все к этому идет. Использование большого

количества ссылок или некачественных ссылок приведет к понижению позиций веб-ресурса и наложению санкций. Поисковики тщательно отслеживают качество внешних ссылок и не упускают возможности наказать сайт за недобросовестные действия.

На первое место в списке важных факторов ранжирования выходят поведенческие факторы и контент. «Черное» и «серое» SEO не принесет положительных результатов даже в краткосрочном периоде. Правильным решением будет выбор только «белого» SEO. Именно ценность сайта и его полезность для пользователей является приоритетным при ранжировании. И Яндекс, и Google оценивают качество контента и доверие к сайту со стороны посетителей. Только веб-ресурсы, созданные в интересах людей, смогут занять достойные места в выдаче [1].

Таким образом, формируя стратегию продвижения на 2014-й год, следует учитывать следующие моменты:

- вес ссылочных факторов уверенно сводится ПС к минимуму;
- вполне возможно, в коммерческих нишах (интернет магазины) ссылки перестанут работать совсем;
- злоупотребление ссылками может привести к наложению санкций и понижению позиций;
- качество контента и поведенческие факторы начинают играть основную роль;
- серое SEO перестало быть выгодным даже в краткосрочном периоде.

Что интересно, теперь именно качество сайта, а не ссылочный профиль, начинают играть одинаково важную роль при ранжировании в обеих поисковых системах [2].

На рынке SEO в 2014-м году начинают формироваться новые тренды, которые, тем не менее, сложно назвать неожиданными. Скорее наоборот — все знали, что рано или поздно правила игры должны стать именно такими.

Тренды SEO-2014

В этом году на рынке SEO формируются новые приемы продвижения. Основной упор делается на следующие технологии:

1. Заменой классического SEO станет комплексный интернет-маркетинг. Теперь недостаточно подобрать ключевые слова и оптимизировать контент, создать мета-теги и провести внутреннюю перелинковку. Обязательна работа над улучшением юзабилити и дизайна сайта, повышением качества внутренних составляющих. Удобство использования сайта — важная составляющая его популярности. Чем качественней дизайн, тем легче преодолевается барьер доверия, имеющийся у каждого пользователя. Профессионально оформленный сайт убедит человека в легитимности бизнеса, и он будет готов потратить свои деньги на вас. Не менее важна и стимуляция конверсии — правильно оформленный сайт легко подведет пользователя к выполнению поставленной перед ним задачи, будь то подписка на рассылку, покупка или перепост.

2. Приоритетным направлением станет увеличение конверсии сайта. Для привлечения посетителей используется ценный контент — качественные тексты, уникальные изображения и видео. Именно статьи и новости будут важнейшим источником целевого трафика и инструментом повышения конверсии.

3. Важным этапом комплексного продвижения становится проведение рекламной кампании. Предпочтение отдается контекстной рекламе, способной привлекать заинтересованных пользователей в короткие сроки.

4. Создание качественного контента станет необходимым фактором для получения трафика;

5. Бюджет на продвижение значительно вырастет, что повысит порог вхождения в онлайн для предпринимателей.

6. Взаимодействие SEO и социальных сигналов станет более тесным.

Под социальными сигналами подразумевается все, что сообщает о поведении пользователей в социальных сетях. Комментарии, лайки, твиты способны рассказать о человеке достаточно много — по крайней мере,

относительно того, о чем он готов заявить публично. Для предоставления юзерам релевантного контента поисковые системы используют социальные сигналы в качестве критерия ранжирования. То есть, теоретически, чем большую аудиторию «набирает» контент, тем высшую позицию он должен занимать на странице выдачи. Сложно предопределить, какими алгоритмами в ближайшем будущем нас «осчастливят» разработчики поисковиков, однако не стоит исключать возможность, что к концу 2014 года социальные сигналы станут более весомыми факторами, нежели традиционные внешние ссылки, или как минимум достигнут того же уровня.

Слабые компании, неспособные вкладывать достаточные средства в развитие своего интернет-бизнеса, вынуждены будут уйти с рынка. Закупка дешевых ссылок, контента низкого качества, размещение ссылок на бесплатных и низкосортных площадках — все это не даст никакой пользы, а лишь навредит проекту. Бюджет на продвижение будет расти, и основной упор должен быть сделан на реализацию контент-маркетинговых мероприятий [1].

В 2014 году для коммерческих и информационных ресурсов повысится планка качества. Качественные проекты могут рассчитывать на увеличение целевого трафика и доходов. Средства, освобожденные в результате отказа от закупки ссылок, можно будет направить на работы по повышению ценности контента и сайта в целом.

SEO в 2014 году — новые возможности и перспективы развития бизнеса. Важно вовремя скорректировать стратегию продвижения, чтобы не оказаться в числе аутсайдеров. С одной стороны, в перспективе оптимизаторов ждут новые сложности, и планка качества будет поднята гораздо выше. С другой стороны, качественные проекты смогут получать больше трафика, и бюджет, который освободится за счет снижения закупки ссылок, можно будет направить на улучшение сайта и создание качественного контента [3].

С каждым годом SEO становится еще более комплексным и сложным процессом. Очень серьезно возрастает значение изучения пользователей и веб-аналитики как основы для SEO и всего продвижения в целом. Выяснить,

насколько контент сайта полезен и удобен пользователям, и чего не хватает, можно только с помощью статистических данных, карты кликов, А/В-тестирования и т. д.

Для успешного продвижения становится важным все более широкий круг факторов: от наличия логичной структуры сайта и качественных фото до скорости ответа сайта на запросы поисковых систем. Соответственно возрастает роль качественного хостинга и поддержки сайтов.

Список литературы:

1. Продвижение сайта / SEO оптимизация — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://lessons-joomla.ru/prodvizhenie-sajta/seo-optimizatsiya/188-prodvizhenie-sajtov-v-2014-godu-seo-i-internet-marketing.html> (дата обращения 20.03.2014).
2. Продвижение сайтов в 2014-м году — тренды в SEO [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.imagecms.net/blog/news-it-and-web/prodvizhenie-saitov-v-2014-godu> (дата обращения 27.03.2014).
3. Social Media Optimization: методы оптимизации сайта под социальные сети — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://invite4you.ru/smo-metody-optimizacii-sajta-pod-socialnye-seti.html> (дата обращения 27.03.2014).

СЕКЦИЯ 5. ЭКОНОМИКА

СОСТОЯНИЕ И ЗНАЧЕНИЕ САНАТОРНО-КУРОРТНОГО КОМПЛЕКСА НА РЫНКЕ УСЛУГ РОССИИ И ХАБАРОВСКОГО КРАЯ

Аветисян Алина Эдвардовна

*студент 5 курса, кафедра экономики и управления на предприятиях торговли
ХГАЭП,
РФ, г. Хабаровск
E-mail: rozohka@mail.ru*

Золотова Яна Владимировна

*научный руководитель, канд. экон. наук, доцент ХГАЭП,
РФ, г. Хабаровск*

Перспективы развития санаторно-курортной отрасли в России и Хабаровском крае значительны. С целью удовлетворения лечебно-оздоровительных потребностей человек посещает курорты, санатории и дома отдыха, где он получает качественное лечение, проходит курсы оздоровления и реабилитации. На сегодняшний день данная сфера является одним из основополагающих социальных институтов, решающих проблему повышения качества здоровья населения. Особенно актуальным и необходимым является развитие региональной санаторно-курортной сети, деятельность которой направлена на лечение и профилактику многих заболеваний, так как в отдельных регионах нашей страны фиксируется угрожающий уровень общей заболеваемости, превышающий иногда 80—90 %.

Целью функционирования санаторно-курортной территории является всестороннее удовлетворение медико-биологических (лечение, оздоровление, профилактика), социальных (отдых и досуг) и экономических (снижение нетрудоспособности, пополнение местных бюджетов, развитие местной инфраструктуры) потребностей человека и общества в целом. Курортная территория представляет собой лечебно-оздоровительную и рекреационную

среду, где человек получает полноценное лечение, серию оздоровительных процедур или отдыхает, а также может посетить культурно-массовые и спортивные учреждения.

На сегодняшний день рынок санаторно-курортных услуг России насчитывает более чем 2,2 тыс. оздоровительных и санаторно-курортных учреждений на 371,2 тыс. мест. Большая часть этих здравниц находится в Приволжском (22 %) и Южном (28,8 %) федеральных округах. Такое распределение объясняется плотностью проживания населения страны и благоприятными природно-климатическими условиями данных регионов.

Санаторно-курортные учреждения различаются по своей организации и количеству обслуживаемых клиентов. Это может быть как небольшая лечебница, рассчитанная на 100 мест, так и крупный многопрофильный комплекс, в состав которого входят несколько санаториев с годовым оборотом в сотни миллионов рублей. Почти на 60 % рынок санаторно-курортных услуг представлен пансионатами с лечением и санаториями. Самые востребованные направления лечения — кардиология и неврология. В меньшей или большей степени участниками рынка являются не только санаторно-курортные учреждения разной направленности, но и отдельные комплексы, туристические фирмы, специализирующиеся на организации оздоровительного отдыха, и др.

Максимальная заполняемость санаториев и курортов приходится на период с июня по сентябрь, при этом самыми загруженными месяцами являются июль и август. На долю рынка санаторно-курортных услуг в эти месяцы приходится до четверти годового объема.

По некоторым данным российский рынок санаторно-курортных услуг в 2011 году увеличился на 8 % по сравнению с 2010-м и составил около 65,5 млрд. руб. Согласно прогнозам специалистов, в период с 2011 по 2015 г ожидается ежегодный прирост рынка в пределах 8 %. Рост будет обусловлен расширением предлагаемых лечебных программ и, как следствие, увеличением численности потребителей [1].

В последнее время на рынке санаторно-курортных услуг наметилась тенденция к запросам на более короткие, по сравнению со стандартными, сроки курсов санаторно-курортного лечения. Это привело, в свою очередь, к укрупнению лечебниц и увеличению емкости оказываемых услуг. Снижение среднего времени нахождения в здравницах препятствует более быстрому росту рынка санаторно-курортных услуг.

Лечебно-оздоровительные услуги, которые принимает человек в рамках учреждений санаторно-курортного комплекса, способны повысить качество здоровья в 2—2,5 раза. Применение в лечебном процессе природных лечебных факторов позволяет увеличить эффективность оздоровления граждан более чем на четверть и снизить затраты на лечение в условиях больницы примерно на 15 %. Предприятия санаторно-курортной системы образуют отдельную отрасль экономики регионов, обеспечивая социальную стабильность в развитии депрессивных и маргинальных территорий посредством пополнения местного бюджета, строительства инфраструктурных объектов.

В отрасли санаторно-курортных услуг России занято 212,6 тыс. человек или 0,15 % от общей численности населения России (рисунок 1).

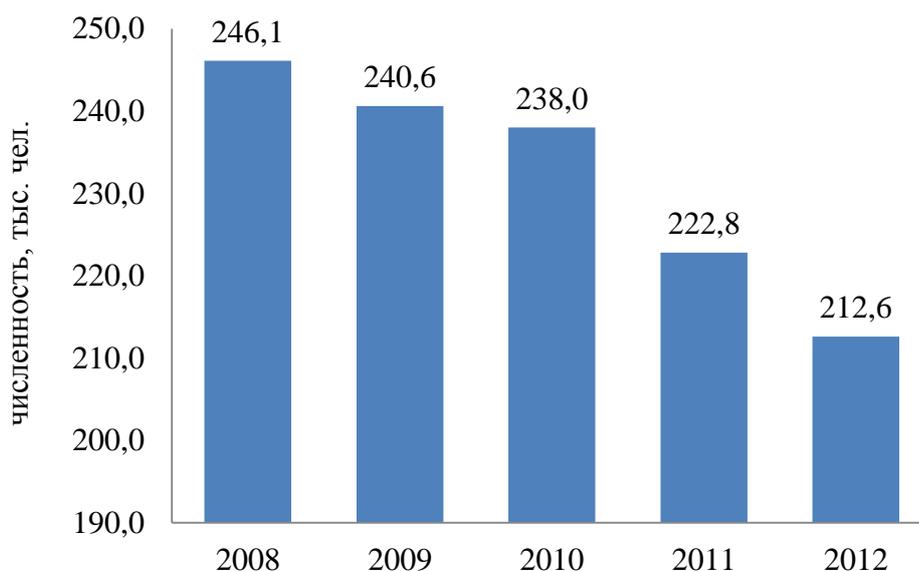


Рисунок 1. Динамика изменения численности обслуживающего персонала санаторно-курортного комплекса России по годам

Общее снижение численности обслуживающего персонала (врачи, медсестры, менеджеры, горничные, повара и др.) санаторно-курортного комплекса наблюдается практически во всех регионах России, что необходимо стабилизировать за счет эффективной региональной политики по регулированию развития курортного дела. Причинами снижения численности персонала в санаторно-курортных учреждениях могут быть следующие: снижение спроса на курортное лечение, высокая себестоимость санаторно-курортных путевок, которая вызвана дороговизной медицинского обслуживания, а также снижение государственной социальной поддержки граждан по выделению льготной поддержки по санаторно-курортному лечению и реабилитации.

В комплексе лечебно-оздоровительных и профилактических мероприятий санаторно-курортное лечение занимает важное место. К санаторно-курортным учреждениям относятся санатории, санатории-профилактории, пансионаты с лечением, курортные поликлиники, бальнеологические лечебные, грязелечебницы круглогодичного действия [3].

Курортный фонд Российской Федерации — это совокупность всех выявленных и учтенных природных лечебных ресурсов, лечебно-оздоровительных местностей, а также курортов и курортных регионов [2]. Учитывая необъятные просторы России, уникальность и разнообразие природных лечебных факторов, и развитость курортной отрасли, выделены следующие курортные регионы:

- курорты Северо-запада и Севера России;
- курорты Средней полосы России;
- курорты Поволжья;
- курорты Урала;
- курорты Сибири;
- курорты Дальнего Востока.

На сегодняшний день санаторно-курортная отрасль страны не имеет единой структуры и рассредоточена между различными министерствами,

ведомствами, акционерными обществами, общественными организациями. В связи с этим развитие санаторных организаций происходит бессистемно, обособленно, главным критерием и направляющим вектором здесь выступают лишь интересы и возможности собственников. Однако, независимо от ведомственной принадлежности и организационно-правовой формы, санаторно-курортная отрасль представляет собой единый комплекс, который требует организационно-методического обеспечения и управления.

В современных экономических условиях в структуре санаторно-курортного комплекса страны можно выделить несколько групп.

В первую группу входят некоммерческие лечебно-профилактические учреждения с государственной и муниципальной формой собственности, функционирующие по «госпитальному» принципу, оказывающие преимущественно медицинские и ограниченный перечень прочих услуг. Эти учреждения составляют примерно 38 % от общего числа предприятий отрасли.

Вторую категорию здравниц (около 5 %) составляют структуры ведомств и финансово-промышленных групп в виде оздоровительных центров, чаще всего представляющих собой гостиничные комплексы с развитой лечебно-диагностической базой. Кроме того, высокоразвита система предоставления сопутствующих услуг: питания, досуг, бытовых, экскурсионных и т. п.

Оставшаяся часть предприятий санаторно-курортной отрасли — это коммерческие предприятия различных организационно-правовых форм, их около 57 %. Часть предприятий данной группы продолжает функционировать по принципам медицинских учреждений, привлекая для санаторно-курортного лечения фонды предприятий и организаций и личные средства граждан, а также средства Фонда социального страхования. Таким образом, процессы, в настоящее время происходящие в санаторно-курортной отрасли, представляют собой некий переход от бесплатной льготной медицины к медицине, функционирующей на коммерческой основе.

Рынок санаторно-курортных услуг способствует экономическому развитию мировой, национальной и региональной экономик, всех

взаимодействующих отраслей, включая транспорт, гостиничное хозяйство, общественное питание, организацию развлечений, услуги медицинского лечебного характера, оказываемые населению в целях профилактики и лечения заболеваний, а также реализацию услуг досуга (рисунок 2).

Согласно данным рисунка 2 доля санаторно-курортных организаций Хабаровского края на 2013 год составило 19 %.

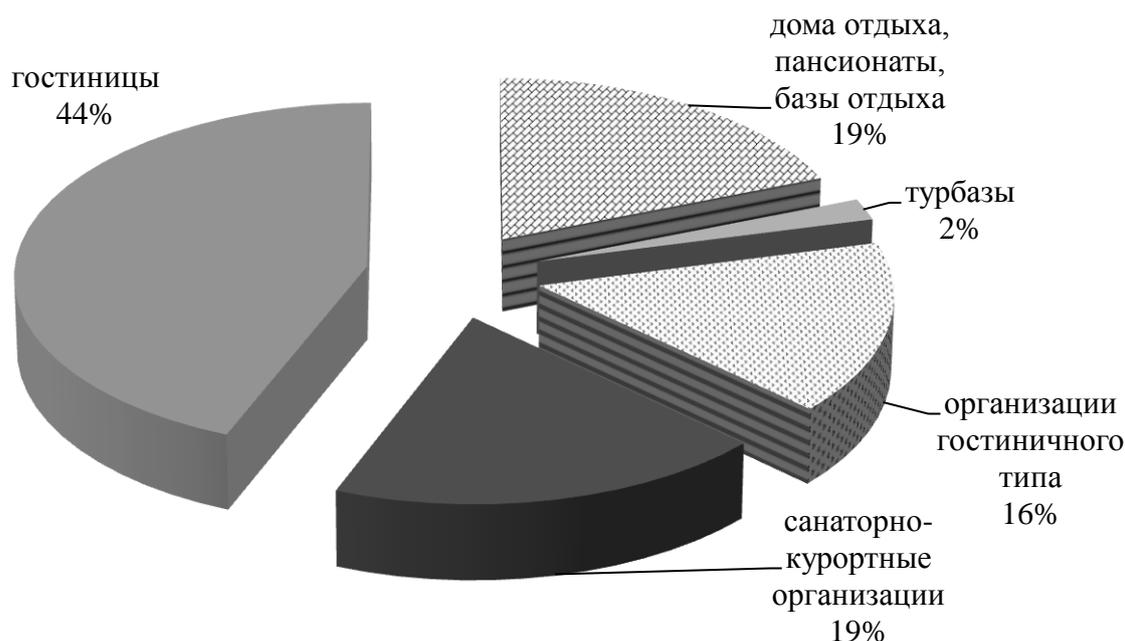


Рисунок 2. Доля санаторно-курортных предприятий Хабаровского края на 2013 год

Исследование динамики численности людей, лечившихся и отдохавших в лечебно-оздоровительных учреждениях Хабаровского края за период с 2010 по 2012 годы, показало, что этот показатель из года в год постепенно увеличивается. Так, в 2010 году численность отдохнувших в лечебно-оздоровительных учреждениях Хабаровского края, составила 50,1 тыс. чел., а в 2012 году — 52,9 тыс. чел.

Динамика численности граждан, лечившихся и отдохавших в лечебно-оздоровительных учреждениях Хабаровского края, представлена в таблице 1.

Таблица 1.

Численность лечившихся и отдохнувших в лечебно-оздоровительных учреждениях Хабаровского края в 2010—2012 годах, чел.

Показатель	2010 г.	2011 г.	2012 г.
Санатории	11 927	12 334	12 897
Санатории — профилактории	11 074	10 131	10 772
Всего по санаториям и санаториям-профилакториям	23 001	22 465	23 669
Санаторно-оздоровительные лагеря круглогодичного действия	4 095	6 258	5 595
Итого	50 097	51 188	52 933

Размещение лечебных учреждений санаторно-курортного типа на территории Хабаровского края неравномерно.

Так, 9 лечебно-оздоровительных учреждений, или 36 %, расположены в зоне города Хабаровска, 6 — в Еврейской Автономной области в поселке Кульдур, 3 — в Комсомольске-на-Амуре, 2 — в Ванинском районе (поселки Ванино и Тумнин), также имеются санатории-профилактории в Амурске, поселках Хор и Солнечный.

Как правило, расположение учреждений обусловлено природно-климатическими факторами: наличием лечебных грязей, подземных термальных источников, минеральных вод, экологически чистой лесной зоны.

Основной профиль деятельности предприятий — лечение и профилактика различного рода заболеваний.

Ряд лечебно-оздоровительных предприятий является учреждениями общетерапевтического профиля (санатории-профилактории «Мечта», «Родник», «Елочка», «Бриз» и другие).

Среди профильных учреждений крупнейшими являются санатории «Уссури», «Дружба», «Кульдур», «Анненские минеральные воды».

В санатории-профилактории принимаются все возрастные категории, за исключением специализированных детских санаториев «Амурский», «Новый источник».

Ряд лечебно-оздоровительных предприятий имеют ведомственную принадлежность: основной контингент их клиентуры — это трудящиеся и их семьи, имеющие отношение к определенным отраслям и профессиям.

Так, в Хабаровском крае имеются два санатория-профилактория для железнодорожников — «Железнодорожник» в городе Хабаровске и «Горячий ключ» в селе Тумнин.

Имеются свои ведомственные санатории-профилактории у Хабаровского нефтеперерабатывающего завода, Теплоозерского цементного завода, Комсомольского-на-Амуре металлургического завода и другие.

Несмотря на ориентацию на основной контингент, с целью снижения убыточности, все ведомственные лечебно-оздоровительные учреждения принимают сторонних посетителей, как взрослых, так и детей.

Посетителям предлагается проживание в одно-, двух-, трех- и четырехместных номерах, номерах «полулюкс» и «люкс». Во всех лечебно-оздоровительных учреждениях созданы необходимые бытовые условия, организуется трех- и четырехразовое, а также диетическое питание. Предлагаются путевки на различные сроки проживания: от 1—3 дней (для туризма и отдыха) до 14—28 дней (лечение и оздоровление). Отдельным категориям посетителей предлагаются льготные путевки. Помимо основных услуг, связанных с лечением и оздоровлением, санаторно-курортные учреждения Хабаровского края предлагают дополнительные услуги: различные массажи, ванны, грязелечение, культурно-развлекательные и спортивные мероприятия, бассейны, экскурсии, выезды.

В ходе изучения выявлены наиболее конкурентоспособные лечебно-оздоровительные учреждения Хабаровского края — это санатории «Уссури», «Военный санаторий», «Железнодорожник» и «Кедр».

Здравницы Хабаровского края вносят весомый вклад в формирование положительного имиджа Дальнего Востока. Для того чтобы быть востребованными санаторно-курортными предприятиями на рынке, а также повысить качество своих услуг, они принимают участия в крупнейших

отраслевых выставках — тихоокеанской международной туристской выставке, международной туристской выставке «Отдых Leisure», международной специализированной выставке для инвалидов, всероссийском форуме «Здоровье нации», всероссийской специализированной выставке «Туризм. Спорт. Отдых» и «Медицина и Здоровье».

С каждым годом происходит постепенное увеличение дополнительных культурно-оздоровительных услуг. На основе вышеперечисленного можно сделать вывод, что современная ситуация на рынке санаторно-курортных услуг Хабаровского края характеризуется растущим спросом не только на лечебно-оздоровительные услуги, но и на расширении номенклатуры дополнительных услуг по организации досуга населению.

В мае 2013 года в Сочи состоялся ежегодный Всероссийский форум «Здравница-2013», организатор события Министерство здравоохранения Российской Федерации собрал лучших представителей санаторно-курортной сферы для обсуждения актуальных вопросов и знакомства с инновациями, а также для рассмотрения темы сохранения и развития санаторно-курортного комплекса России. В рамках форума прошел ряд мероприятий: международный конгресс, выставка достижений санаторно-курортной отрасли, творческий конкурс, а также многочисленные конференции, семинары и круглые столы. Темами выставки стали «Природные лечебные факторы, методы лечения, реабилитация и оздоровление в санаторно-курортных учреждениях». Главная задача форума «Здравница» — объединение усилий всех регионов страны, всех санаторно-курортных организаций, независимо от их ведомственной принадлежности, по сохранению и развитию санаторно-курортного комплекса России. Решение этой проблемы требует участия специалистов разного профиля, взаимодействия лечебного и профилактического направлений медицины, в том числе представителей санаторно-курортной отрасли.

Утверждена Государственная программа Российской Федерации «Развитие здравоохранения» (24 декабря 2012 года № 2511-р). Цель программы: обеспечение доступности медицинской помощи и повышение эффективности

медицинских услуг, объемы, виды и качество которых должны соответствовать уровню заболеваемости и потребностям населения, передовым достижениям медицинской науки.

Таким образом, для санаторно-курортной сферы характерны специфические черты и особенности, качественно отличающие ее от других сфер и отраслей народного хозяйства. Эти особенности непосредственно связаны с предпринимательской деятельностью санаторно-курортных организаций, которая основывается на рыночных принципах хозяйствования. Россия обладает уникальными целебными ресурсами. Это позволило создать в стране систему санаторно-курортного лечения разной направленности. Хабаровский край является одним из наиболее крупных по экономическому потенциалу регионов Дальнего Востока благодаря своему географическому положению, богатой истории и уникальным природным ресурсам, идеальным для санаторно-курортной сферы.

От обеспеченности санаторно-курортным лечением и рационального использования ресурсов санаторно-курортного комплекса будут зависеть дальнейшие успехи в оздоровлении населения россиян. Очевидным является и то, что без повышения качества и доступности санаторно-курортного лечения невозможно добиться решения задач по повышению рождаемости и снижению уровня смертности и инвалидизации россиян.

Список литературы:

1. Годовой отчёт ОАО «РЖД-здоровье» за 2010 г. М.: 2011 [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.rzd.ru> (дата обращения 25.03.2014).
2. Ветитнев А.М., Журавлева Л.Б. Курортное дело : учеб. пособие. М.: Кнорус, 2006. — 528 с.
3. Перова М.Б., Перов Е.В. Социальная статистика: мини-словарь. М.: Финансы и статистика, 2005. —176 с.

ЭКСПОРТНО-ИМПОРТНЫЕ ОТНОШЕНИЯ ТУРКМЕНИСТАНА С РОССИЕЙ

Айдогдыев Бегенч Батырович

*студент 2 курса кафедры финансов и кредита, МГТУ,
РФ, г. Майкоп*

E-mail: natalykarpovich@yandex.ru

Карпович Наталья Константиновна

*научный руководитель, канд. экон. наук, доцент кафедры финансов и кредита,
МГТУ,
РФ, г. Майкоп*

Платежный баланс — балансовый счет международных операций — это стоимостное выражение всего комплекса внешнеэкономических операций страны в форме соотношения поступлений и платежей.

Другими словами, это количественное и качественное стоимостное выражение масштабов, соотношения и характера экспортно-импортных операций страны, характеризующие ее участие в мировом хозяйстве.

С точки зрения бухгалтерии платежный баланс всегда находится в равновесии. Но по его основным разделам имеет место либо активное сальдо (если поступления превышают платежи), либо пассивное (если платежи превышают поступления).

Туркменистан — страна признанного нейтралитета — развивает политические и экономические отношения с соседями и всеми государствами мира. За годы независимости Туркменистан значительно расширил свои внешнеэкономические связи. Государство имеет соглашения с 56 странами мира по инвестициям в экономику. Предпочтение отдается прямым инвестициям в проекты. Но вместе с тем еще незначительным остается количество совместных предприятий.

Наибольшие усилия направлены на вовлечение страны в международное разделение труда при условии развития национального производства и минимального влияния глобальных кризисов на экономику страны. В 2012 г. экспорт составил 2506 млн. долл. США, тогда как в импорте страна достигла

суммы 1785 млн. долл., т. е. Туркменистан имеет положительное сальдо внешнеторговых операций. По большинству позиций Россия — один из ведущих партнеров Туркменистана (13 % общего объема импортных операций и 4,9 % экспорта страны). Но по общему объему экспортно-импортных операций (18 % в импорте и только 0,2 % в экспорте) среди стран СНГ ее опережает Украина (в основном благодаря значительным объемам закупок туркменского газа).

Для Российской Федерации важно транспортно-географическое положение всего региона и Туркменистана в частности. Транзитность положения России и Туркменистана заставляет обе страны участвовать в строительстве новых автомобильных и железных дорог по восточному берегу Каспия, в создании новой паромной переправы. Отдельные фирмы России принимают участие в консорциуме по прокладке трубопроводов. Россия участвует в поиске, разведке, обустройству и эксплуатации газовых месторождений. Около 15 % всех строительных работ в Туркменистане осуществляют с участием российского капитала. В общей сложности на страны СНГ приходится 26 % экспорта Туркменистана и 47 % импорта. Надо заметить, что экспортная составляющая резко возросла в 2012 г., когда были подписаны новые соглашения с Россией и Украиной на поставку газа.

Среди стран дальнего зарубежья наибольшее предпочтение в покупке продукции отдается Китаю (27 %), Турции (15 %), далее следуют Германия (7,8), США (7,2), Великобритания (2,0 %). По объему закупок туркменской продукции выделяются Иран (24 %), Турция (19), Швейцария (8,2), Великобритания (5,0 %). В экспорте Туркменистана преобладают энергоносители, а в импорте — продукты питания и оборудование.

Туркмения входит в состав Содружества Независимых Государств (СНГ). Данные внешнеторговой статистики Российской Федерации свидетельствуют о динамичном развитии торговых отношений между Россией и Туркменией. Этому способствуют установленные между Российской Федерацией и Туркменистаном торгово-политические отношения, которые предусмат-

ривают, в том числе и освобождение от уплаты ввозных таможенных пошлин на товары, происходящие с территории Туркменистана и ввозимые на таможенную территорию Российской Федерации с таможенной территории Туркменистана.

Динамика показателей экспорта и импорта товаров за период январь 2011 — май 2013 гг. характеризуется следующими чертами:

- в 2012 году по отношению к 2011 году объем взаимной торговли России с Туркменией увеличился на 7,3 %, достигнув 1 394,3 млн. долл. США;
- сальдо торгового баланса России и Туркмении, рассчитанное как разность показателей экспорта и импорта, уменьшается с 1012,5 млн. долл. США в 2011 году до 511,1 млн. долл. США в 2013 году.

Основными позициями экспорта из России в Туркмению являются металлы и изделия: из них (545,9 млн. долл. США), машины, оборудование, транспортные средства (303,5 млн. долл. США), продукция АПК (135 млн. долл. США).

Сумма экспортных сделок на торгах ГТСБТ (государственная товарно-сырьевая биржа Туркменистана) за неделю составляет свыше 100 миллионов долларов.

За иностранную валюту предприниматели из Великобритании, Объединенных Арабских Эмиратов, Афганистана и Казахстана приобретают полипропилен, серу техническую, автобензин, произведенные на Туркменбашинском комплексе нефтеперерабатывающих заводов. Помимо этого, бизнесмены из ОАЭ и Афганистана закупают дизельное топливо, произведенное на Сейдинском НПЗ. За иностранную валюту также реализуются портландцемент, продовольственная пшеница, хлопок-волокно, линт хлопковый. Страны-покупатели: Великобритания, Швейцария, Турция, Сингапур, Белиз, Кипр и др.

За депозитные манатные средства предприниматели из Великобритании, ОАЭ, Ирана и Индии приобретают масло хлопковое рафинированное, мыло

хозяйственное, комбикорм, шерсть верблюжью, общая сумма сделок более 4 миллионов манатов.

На внутренний рынок отечественные предприниматели закупают продовольственную пшеницу и улюк волокнистый на общую сумму свыше 266 тысяч манатов.

За иностранную валюту предприниматели из Швейцарии, Казахстана и Афганистана закупают произведенные на Туркменбашинском комплексе нефтеперерабатывающих заводов авиационный керосин, автобензин А-80, полипропилен, сжиженный газ, нефтяной кокс, техническую серу. Бизнесмены из Афганистана приобрели также сжиженный газ (ГК «Туркмен газ»), а коммерсанты из Объединенных Арабских Эмиратов — технический йод (ГК «Туркмен химия»). Помимо этого, за иностранную валюту были также реализованы пшеничная мука, продовольственная пшеница, хлопок — волокно, хлопковый линт и др. Страны-покупатели: Китай, Швейцария, Турция, Афганистан. Общая сумма сделок превысила 101 миллион 530 тысяч долларов США.

Россия, Великобритания, Турция, Пакистан, Азербайджан и Кыргызстан приобретают у Таджикистана хлопковое масло, хлопчатобумажную пряжу и каракульскую шерсть на общую сумму около 6 миллионов манатов.

Для внутреннего рынка на бирже Туркменистана приобретается продовольственная пшеница, улюк, полимер гранулят (ТКНПЗ).

За иностранную валюту предприниматели из Турции, Казахстана и др. приобретают полипропилен, авиационный керосин, суммарный нефтяной кокс, гидроочищенное дизельное топливо, масло базовое, произведенные Туркменбашинским комплексом нефтеперерабатывающих заводов. Бизнесмены из Афганистана закупили сжиженный газ (ГК «Туркмен газ»). За иностранную валюту были также реализованы запчасти для грузоподъемной и строительной техники, мука пшеничная, хлопок-волокно, линт и шрот хлопковый. Страны-покупатели: Китай, Великобритания, Афганистан, Кыргызстан и др. Общая сумма сделок составила свыше 95 миллионов 758 тысяч долларов США.

За депозитные манатные средства бизнесмены из России, Китая, Швейцарии, Турции приобретают грузоподъемную технику, шерсть мытую каракулевою и козью, регенерированное волокно.

При создании практической основы для перевода двусторонних отношений между Российской Федерацией и Туркменистаном на уровень стратегического партнерства и в целях обеспечения последовательного роста взаимного товарооборота необходимо учитывать, что приоритетными направлениями развития для туркменской стороны являются поставки на российский рынок химической продукции, пластмассы, каучука и получение металлов и изделий из них. В структуре товарного экспорта России необходимо рассмотреть возможности дальнейшего увеличения объемов поставок высокотехнологичных товаров и товаров с высоким уровнем переработки.

Список литературы:

1. Основные социально-экономические показатели по Туркменистану. Ашгабат: Туркменстатпрогноз, 2012.
2. Сайт Министерство финансов Туркменистана — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.minfin.gov.tm/addhtml/meid-ot.html>
3. Сайт Центрального Банка Туркменистана — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.cbt.tm/ru/index.html>

ГРАЖДАНСКОЕ ОБЩЕСТВО КАК ФАКТОР УСТОЙЧИВОГО СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ СТРАНЫ

Александрова Ангелина Сергеевна

*студент 3 курса, ИЭиМ, кафедра ЭУИИ,
Владимирский Государственный Университет имени А.Г. и Н.Г. Столетовых,
РФ, г. Владимир
E-mail: urotobos@mail.ru*

Соломахин Павел Викторович

*студент 3 курса, ИЭиМ, кафедра ЭУИИ,
Владимирский Государственный Университет имени А.Г. и Н.Г. Столетовых,
РФ, г. Владимир*

Марченко Елизавета Маратовна

*канд. экон. наук, проф.,
Владимирский Государственный Университет имени А.Г. и Н.Г. Столетовых,
РФ, г. Владимир*

Необходимым условием устойчивого социально-экономического развития страны является взаимодействие общества, бизнеса и государства. При этом активную позицию может занимать только часть населения, именуемая гражданским обществом.

Зарождение гражданского общества в России началось уже в период правления Екатерины II. Об этом можно судить по возникновению такой организации как: Вольное экономическое общество (Императорское Вольное экономическое общество) — самая первая общественная организация в Российской империи (1765г.), главными представителями которой были граф Воронцов, князь Григорий Орлов, граф Чернышев, Олсуфьев. Основными задачами данной организации на тот момент были просветить население о науках и искусствах, а так же внести изменения в домостройство. Данное общество действует и по сей день.

Можно сказать, что гражданское общество — это совокупность неполитических отношений, которые проявляются через добровольное создание различных общественных организаций и ограждено от прямого вмешательства государства. Но при этом гражданское общество и государство

непрерывно взаимодействуют друг с другом, и их отношения могут быть как оппозиционными, так и партнерскими.

Гражданское общество, как и любое другое, имеет свои отличительные особенности. К таковым относят:

- соблюдение прав и свобод человека;
- общественная активность населения;
- суверенитет личности;
- высокая степень самоорганизации;
- высокий образовательный уровень населения;
- политический плюрализм;
- социальная направленность политики государства;

К основным функциям гражданского общества относятся:

1. Защита граждан, их прав, свобод, интересов и потребностей от незаконного вмешательства государства.
2. Обеспечение соблюдения общепринятых норм в обществе.
3. Достижение благополучия всех членов общества.
4. Создание благоприятной социальной среды для обеспечения активной общественной деятельности населения.
5. Стабилизация различных сфер жизнедеятельности индивидов и групп.
6. Контроль воздействия государственной власти на различные сферы деятельности населения.

«Гражданское общество с экономической точки зрения — это функционирование и взаимодействие различных форм собственности и организации производства материальных благ» [2, с. 5].

С институциональной точки зрения, гражданское общество представлено государственными некоммерческими организациями в соответствии с их функциональными характеристиками.

В рамках проекта НИУ ВШЭ «CIVICUS» рассмотрена структура гражданского общества по состоянию на 2009 год:

- «Ядро» (7,7 %) — население, участвующее в каких либо общественных объединениях и негосударственных некоммерческих организаций, и готовое объединиться с другими людьми для достижения общей цели.

- «Сателлит ядра» (26,6 %) — население не участвующее в деятельности общественных объединений, но готовое объединяться с другими для совместных действий, то есть информировано об общественных событиях.

- «Периферия» (30,4 %) — население не готово объединяться с другими для совместных действий, но информировано об общественных событиях и имеют склонность к благотворительности.

- «Буферная зона» (26,5 %) — промежуточная позиция между активом и периферией социальной базы. Население, находящееся в этой зоне потенциально готово объединяться для совместных действий, но реально не участвует в них, не занимаются благотворительностью и не информировано в достаточной мере о функционировании существующих организаций.

- «Аутсайдеры» (8,8 %) — население, не обладающее ни одним признаком принадлежности к социальной базе.

Наличие общественных объединений, как общественных институтов, играет важную роль в формировании и развитии гражданского общества. Количество общественных организаций в России в период с 2010 по 2014 г. снизилось с 119247 до 103325, то есть на 13 % [12]. Такое снижение объясняется неосведомленностью о данных организациях и недоверием населения к их деятельности. Известно, что 93 % населения России не знают о существовании общественных организаций [5]. Количество людей, занятых в общественных объединениях составляет всего 1,1 % экономически активного населения, в то время как в развитых странах 7,1 %. Доля социально ориентированного «третьего сектора» в России составляет 13,5 %, а в развитых странах в целом 60—70 %. В Европе социальные объединения дают около 6,5 % ВВП, а в России только 1 % [11].

Следует отметить значительное снижение (на 31 %) за 2010—2014 гг. количества профсоюзных объединений. Сокращению их числа способствует разукрупнение предприятий, развитие малого бизнеса, где происходит разъединение людей, и слабая защита профсоюзами интересов своих работников, что приводит к недоверию населения к данному институту. В то же время возрастает (на 986 %) количество политических партий, что может быть связано с принятием Федерального закона от 02.04.2012 № 28-ФЗ о том, что в политической партии должно состоять не менее 500 человек (ранее 40000 человек) и организаций русской православной церкви (на 12 %), что характеризует возрастающее влияние религии на мировоззрение общества.

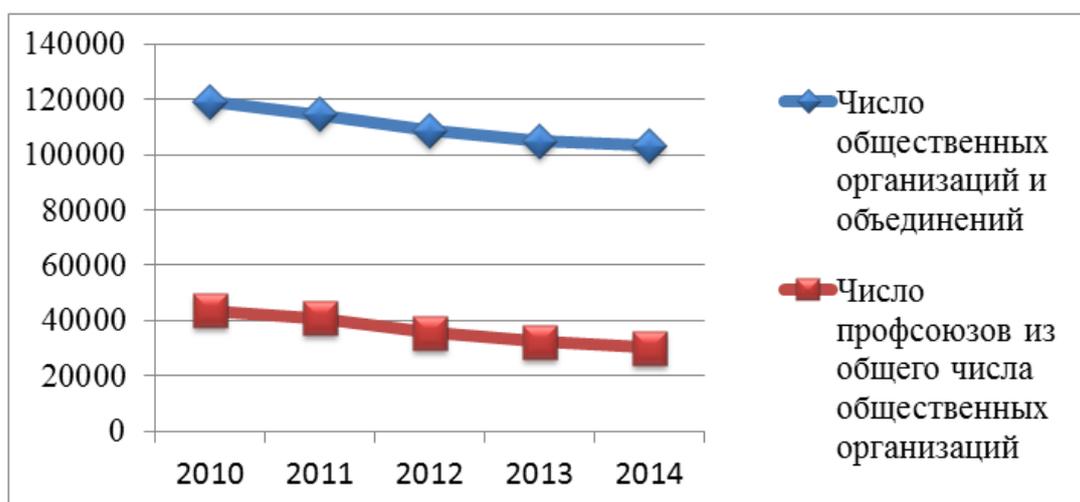


Рисунок 1. Динамика общественных организаций и объединений

Высокий образовательный уровень населения — один из факторов становления гражданского общества. Россия отличается высоким уровнем образования (по уровню образования в 2011 году Россия занимала 49 место из 188) [9]. Но в последние годы число образовательных учреждений и качество подготовки снижается. В период с 2010 по 2014 годы количество школ снизилось на 11 %, количество профессиональных учреждений, осуществляющих подготовку специалистов среднего звена, — на 5 %, а количество высших учебных заведений — на 13 %. Количество обучающихся в данных учебных заведениях так же снижается. В средних профессиональных

учреждениях — на 7 %, в высших учебных заведениях — на 20 %, и наблюдается лишь небольшое увеличение числа учащихся в школах — на 2 %. Такая негативная динамика не способствует укреплению гражданского общества.

В 2013 году ВЦИОМ провел опрос респондентов на предмет одобрения деятельности общественных институтов. Для анализа были выбраны следующие общественные институты: средства массовой информации (СМИ), общественная палата, политические партии, профсоюзы, русская православная церковь. Значение индекса определяется как сумма положительных ответов минус сумма отрицательных. Результаты опроса приведены в таблице 1.

Таблица 1.

Индексы одобрения деятельности общественных институтов [7]

Индекс одобрения	3 квартал 2013 г.	3 квартал 2014 г.
Деятельности средств массовой информации	24	45
Деятельности русской православной церкви	43	58
Деятельности общественной палаты	-4	23
Деятельности профсоюзов	-12	4
Деятельности политических партий	-20	9

Как видно из табл. 1, одобрение деятельности СМИ за рассматриваемый период выросло почти вдвое. Индекс одобрение деятельности профсоюзов является самым маленьким, что объясняется снижением числа данных организаций и утратой ими основных функций. Но по сравнению с 2013 годом, индекс вырос почти в 3 раза, что говорит об активизации профсоюзных организаций.

Что касается остальных рассматриваемых общественных институтов, то необходимо в первую очередь заметить следующее. Так как в России очень малая доля среднего класса (по оценкам экспертов не более 20 %), и доходы более 60 % населения не превышают средний уровень, основная доля населения занята обеспечением источниками существования и не проявляет активности в общественной жизни страны. Поэтому формирование общества активизируется по инициативе «сверху».

Так, по инициативе Президента были созданы такие общественные институты, как общественная палата при Президенте РФ, которая избирается каждые три года в количестве 166 человек и «осуществляет взаимодействие граждан с органами государственной власти и местного самоуправления в целях учета потребностей и интересов граждан, защиты их прав и свобод при формировании и реализации государственной политики, а также в целях осуществления общественного контроля за деятельностью органов власти» [4]. Другим общественным институтом является общероссийский народный фронт, призванный объединить усилия всех общественных организаций на основе реализации деловых и социальных проектов, содействия развития местного самоуправления, контроля за деятельностью местных органов управления и субъектов РФ, например, в сфере государственных закупок и управления государственной собственностью.

Такая попытка государства объединить общественные организации, привлечь больше населения к общественной жизни страны оправдывает себя. Например, за 10 месяцев 2012 года по вопросам создания достойных условий жизни в городах и поселках, обеспечения граждан доступным и комфортным жильем, качественными коммунальными услугами в Общественную Палату РФ поступило 332 обращения (из них 35 коллективных), в сравнении с 2011 г. когда по данным проблемам поступило всего 99 обращений, что доказывает эффективность работы Общественной Палаты [6]. Индекс одобрения деятельности Общественной палаты значительно повысился и составляет 23.

Следует отметить активное взаимодействие церкви и государства в вопросах, связанных с защитой прав русскоязычного населения, формирования мировоззрения подрастающего поколения и других общественно-политических вопросах. По данным ВЦИОМ коэффициент одобрения деятельности русской православной церкви — вырос с 43 до 58.

На формирование общественного сознания РФ пытаются оказать влияние извне через финансирование некоммерческих организаций. По оценке The Boston Consulting Group, в 2011 г, «в развитых странах государственное

финансирование общественных объединений составляет 48 % их дохода (в развивающихся — 22 %, в России — 5 %), доходы от деятельности, включая членские взносы — 35 % (в развивающихся странах — 61 %, в России — 22 %), пожертвования бизнеса, граждан и зарубежных фондов — 17 % (в развивающихся странах — 17 %, в России — 73 %)» [11]. Если государством в 2012 году было выделено на поддержку «третьего сектора» 4,7 млрд. руб., а в 2013 г. эта цифра увеличилась и составила 8,285 млрд. руб. [11], то иностранная поддержка некоммерческих организаций за это же период составила более 28,3 млрд. руб. [10]. В силу сложившегося положения, в 2012 Правительство РФ вынуждено было принять закон № 121-ФЗ от 20 июля 2012 о необходимости регистрации организаций, получающих финансирование из-за рубежа, как иностранных агентов.

Таким образом, не смотря на небольшой процент среднего класса, гражданское общество России формируется при активном участии государства через возросшее влияние политических партий и других общественных организаций, общественное обсуждение правительственных решений, на фоне возросшего интереса к общественным институтам из-за рубежа. Рост самосознания общества страны, когда, 63 % опрошенных считают себя в первую очередь гражданином России (ВЦИОМ, 2014 г.), в 2009 году — 48 % респондентов [8], обеспечивает потенциальную возможность устойчивого социально-экономического развития страны.

Список литературы:

1. Вольное Экономическое Общество России. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.veorus.ru/veo-regulations.html> (дата обращения: 6.04.2014).
2. Дмитриев Ю.А., Кучерена А.Г. Гражданское общество в России. Проблемы становления и развития: учебное пособие. Издательство: ЮНИТИ-ДАНА; Закон и право, 2009 г. — 255 с.
3. Мерсиянова И.В. Социальная база российского гражданского общества // Общественные науки и современность. — 2009. — № 4. — С. 35—45.

4. О Палате // Общественная палата российской Федерации. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.oprf.ru/about/> (дата обращения: 9.04.2014).
5. Общественная палата Российской Федерации — Доклад о состоянии гражданского общества в Российской Федерации за 2013 год. М., Общественная палата Российской Федерации, 2013.
6. Общественная палата Российской Федерации — Доклад о состоянии гражданского общества в Российской Федерации за 2012 год. М., 2012.
7. Одобрение деятельности общественных институтов // Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ). [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://wciom.ru/ratings-social-institutions/> (дата обращения: 8.04.2014).
8. «Патриотизм и гражданство» // Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ). — Пресс-выпуск № 2541. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=114751> (дата обращения: 7.04.2014).
9. Рейтинг стран мира по уровню образования — информация об исследовании // Центр гуманитарных технологий. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://gtmarket.ru/ratings/education-index/education-index-info> (дата обращения: 10.04.2014).
10. Российские НКО получили 28 млрд. рублей из-за границы // РБК. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.rbcdaily.ru/society/562949986522122> (дата обращения: 9.04.2014).
11. «Третий сектор» в России: текущее состояние и возможные модели развития // Фонд развития гражданского общества. — 2013. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://civilfund.ru/mat/view/20> (дата обращения: 6.04.2014).
12. Число общественных объединений и организаций, зарегистрированных в Российской Федерации // Федеральная служба государственной статистики. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://www.gks.ru/bgd/regl/b13_13/IssWWW.exe/Stg/d1/02-10.htm (дата обращения: 9.04.2014).

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ И ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ АГРАРНОГО КЛАСТЕРА РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

Амелина Татьяна Николаевна

студент 2 курса магистратуры кафедры экономики и менеджмента

ГУ-УНПК,

РФ, г. Орел

E-mail: koroteich91@mail.ru

Злобин Евгений Федорович

научный руководитель, д-р экон. наук, профессор кафедры «Экономика

и менеджмент» ГУ-УНПК,

РФ, г. Орел

Для того, чтобы экономика любого региона развивалась более успешно и перспективно следует использовать такой вид организации труда, который позволит не только более эффективно распоряжаться существующими ресурсами данного региона, но еще и увеличить их в будущем. Таким видом организации труда в настоящее время можно назвать кластеры.

Понятие кластера в зарубежной литературе появилось благодаря экономисту Майклу Портеру. Согласно М. Портеру, кластер — это совокупность территориально соседних организаций, взаимосвязанных друг с другом (поставщиков и изготовителей продукции), а так же других связанных с ними заведений (образовательные организации, органы государственного и местного самоуправления), деятельность которых осуществляется в какой-либо определенной сфере и является взаимодополняемой друг с другом.

В своей знаменитой книге конкуренция, которая содержит теоретические и практические основы ведения экономической деятельности, М. Портер определял кластер как особый прием (метод) увеличения конкурентоспособности той или иной экономической системы. В современном мире кластеры образуются на различных уровнях этих систем: на уровне субъекта или региона например. Самое существенное действие в образовании кластера определяется как взаимодействие конкуренции и кооперации [3; 11].

В целом кластерная модель развития региональной экономики представляет собой своеобразную опору совокупности структурно-технологических кластеров. Среди данных кластеров можно выделить основные, такие как:

- кластеры, регионально-ориентированные — это такие формы организации, которые ограничены территорией определенного региона, а так же производство происходит в рамках родственных отраслей экономики (примером такого кластера служит биотехнологический кластер);

- внутриотраслевые вертикальные кластеры — это такие кластеры, которые имеют определенную узкую специализацию своей деятельности, в которых смежные процессы производственной деятельности составляют своеобразное ядро кластера;

- отраслевые кластеры высокого уровня организации (например такой промышленный кластер, как химический), а так же еще более организованные кластеры, в основе которых лежит совокупность нескольких секторов экономики (например агропромышленный кластер) [4; 20].

Следует отметить то факт, что кластеры как таковые представляют собой некий инструмент бизнеса. В каждом государстве рыночная экономика диктует свои правила и законы деятельности тех или иных хозяйствующих субъектов. Поэтому, в данном случае и кластер, существуя в рамках данного государства, так же является особым механизмом, позволяющим развиваться как крупным организациям отраслей государства, таи и более мелким фирмам и компаниям. В составе кластера довольно комфортно себя чувствуют как производители, так и поставщики и потребители.

Кластеры, как таковые, представляют собой совокупность организаций (компаний) той или иной отрасли, которые объединяются на основе длительных контрактов для совершения более эффективной деятельности, для более рационального использования предоставляемых ресурсов, а так же совместной реализации тех или иных инновационных контрактов. В образовавшихся кластерах повышается конкурентоспособность фирм-участников, цели кластеров становятся стратегическими. Но не следует

забывать тот факт, что положительный эффект от деятельности таких образований станет виден только через пару лет их работы [2; 17].

Итак, в среднем существует пять этапов построения кластера в регионе:

- побуждение возможных участников кластера — необходимо проанализировать деятельность всех возможных участников кластера, у которых имеются похожие проблемы в развитии бизнеса, найти сторонников для реализации задуманной цели и объединить их, согласно их общему экономическому положению в отрасли;

- создание общего плана. На данном этапе необходимо более детально проанализировать деятельность фрм-участников, определить их сильные и слабые стороны, их возможности и проблемы. Затем следует подготовить план по выводу участников из кризиса, особенно важно, чтобы между ними было взаимопонимание, общие цели и задачи деятельности;

- создание экспериментального проекта кластера. Необходимо создавать пилотные проекты, которые будут в наиболее полной мере отражать деятельность кластера в условиях сельского хозяйства (примерами таких проектов могут служить: совместный поиск поставщиков и потребителей, совместная закупка сырья, организация выставок и прочие);

- создание долгосрочных проектов. Если пробные (экспериментальные) проекты окажутся эффективными, то тогда уже можно приступать к созданию реального перспективного проекта, ставить реальные цели перед участниками кластера, создавать для них один общий бренд и внедрять общие технологии производства;

- этап саморегуляции и самоконтроля. На данном этапе сформированный кластер становится независимым, и поддержка внешних наблюдателей уже становится не нужна.

При образовании кластера конкуренция между предприятиями, входящими в его состав не только не исчезает, но, наоборот, порой становится более жесткой, чем была ранее. Это происходит для того, чтобы деятельность данного кластера стала более эффективной. Поэтому, стоит сказать, что данный

факт не имеет негативного влияния на непосредственную деятельность кластера, на создание внутреннего климата в нем, на его взаимодействие с поставщиками и потребителями, а так же на его возможности выхода на новые рынки сбыта продукции [4; с. 238].

За все время существования кластерной политики ее законодательная и научно-методическая база доказала эффективность своей работы во многих развитых зарубежных странах мира (таких как Германия, Япония, Франция, Финляндия, США и другие). Однако в нашей стране ее развитие находится еще на самом начальном этапе своей деятельности. При этом стоит отметить тот факт, что некоторые концепции зарубежного кластрообразования в той или иной мере используются в российских условиях в определенных высокотехнических отраслях промышленности, а вот аграрную отрасль данные тенденции пока обходят стороной (в силу ряда особенностей современного состояния данной области). Впервые законодательное закрепление программа развития сельского хозяйства получила относительно недавно и выражается в проекте «Государственной программы развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013—2020 годы», который был официально опубликован 26 августа 2011 года на сайте Министерства сельского хозяйства РФ [1].

В целом образование кластеров в различных отраслях (в том числе и агропромышленных) нацелено на увеличение конкурентоспособности предприятий в них. Это может случиться в том случае, когда в отраслях возникают проблемы, решить которые становится не под силу предприятиям, образованным стандартным типом.

Стоит еще раз отметить тот факт, что при создании кластера (в том числе, определенно, и сельскохозяйственного) образуется взаимосвязь не только между предприятиями, входящими в его состав, но так же и с органами государственной власти, областью науки и образования. Создание аграрного кластера предполагает так же и взаимодействие с другими отраслями

экономики региона, которые являются передовыми в данном регионе, а так же родственными и вспомогательными для сельского хозяйства [4; с. 242].

Так же при создании кластера необходимо провести оценку состояния региона, его конкурентоспособности в той или иной сфере производства. Данная проведенная оценка поможет определить преимущества данного региона, а так же те негативные обстоятельства, которые препятствуют его развитию. Все это поможет более детально и глубоко проработать стратегический план развития данного региона, а так же разработать индивидуальную концепцию создания кластера в регионе.

Список литературы:

1. Государственная программа развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013—2020 годы [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: <http://mcx.ru/navigation/docfeeder/show/342.htm> (дата обращения 10.04.2014).
2. Давыдов М.Б. Динамика рейтинга отдельных регионов по показателю интегрального инвестиционного риска // Эксперт. — 2008. — № 44. — С. 15—22.
3. Портер М.Э., Конкуренция: Учебное пособие (пер. с англ.; под ред. Заблоцкого Я.В.). М.: Изд. дом "Вильямс". 2001. — с. 207.
4. Формирование инновационных инфраструктур в агропромышленном комплексе / И.А. Ильина, Е.А. Егоров и др. // Инновации. 2010. — с. 225—250.

АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ ОЛИМПИАДЫ НА РОССИЙСКИЙ ФОНДОВЫЙ РЫНОК

Андреева Нина Андреевна

*студент 4 курса, Школа Экономики и Менеджмента ДВФУ,
РФ, г. Владивосток
E-mail: nina-andreeva92@mail.ru*

Жабыко Людмила Ливерьевна

*научный руководитель, канд. экон. наук, доцент, ДВФУ,
РФ, г. Владивосток
E-mail: Liveriy54@mail.ru*

Фондовый рынок занимает важное место в современной рыночной экономике. На сегодняшний день фондовый рынок является одним из самых динамично развивающихся секторов российской экономики.

Фондовый рынок России — это целостная система финансовых отношений между людьми, которая основывается на торговле акциями, ценными бумагами и другими финансовыми инструментами [1].

Российский фондовый рынок еще достаточно молод, но уже приносит прибыль, хотя финансовые риски по-прежнему остаются высокими. За последнее время на рынке ценных бумаг произошел ряд положительных изменений, среди которых повышение ликвидности рынка и укрепление законодательной базы. Такие изменения позволили фондовому рынку выйти на новый уровень.

Как правило, на состояние фондового рынка влияют различные факторы, которые делят на следующие группы: микроэкономические, макроэкономические, факторы рынка капиталов, рыночно-технические, политические и психологические факторы.

Исторически сложилось так, что крупнейшие мировые спортивные форумы, такие как летние и зимние Олимпийские игры, оказывают благотворное влияние на экономику принимающих стран. Проведение Олимпийских игр позволяет стране-организатору привлекать инвестиции, и информационные ресурсы, а также способствует созданию новых рабочих

мест и развитию инфраструктуры. В 80 % случаев проведение Олимпиады способствует росту развития национального фондового рынка страны-хозяйки Игр, а средний рост фондового рынка страны отмечается на уровне 3—5 %.

Влияние Олимпиады на фондовую биржу становится заметным сразу после объявления о ее проведении в стране. Решение Олимпийского комитета привлекает инвесторов, которые уверены, что подготовка к Играм создаст благоприятный инвестиционный климат. С 1984 было проведено восемь летних Олимпиад, при этом в шести случаях был отмечен рост биржевых индексов принимающей страны. При этом причинами ослабления фондовых индексов в двух негативных случаях, когда Олимпиаду принимали Китай и Австралия, послужили не спортивные состязания. Так, Олимпиада в Пекине, которая пришлась на август 2008 года, совпала с мировым финансовым кризисом.

Во время проведения зимних Олимпийских Игр фондовые индексы выглядят не менее позитивно. По данным «Газеты.Ру», в последние 20 лет за время проведения Игр, практически всегда наблюдалась положительная динамика местных фондовых индексов, не смотря ни на какие события. В 2010 году в Ванкувере торонтский S&P Composite Index увеличился на 1,7 %, в 2006 году в Турине индекс FTSE MIB вырос на 3,8 %, в 2002 году в Солт-Лейк-Сити, индикатор S&P 500 увеличился на 0,9 %, в 1994 году в Норвегии индекс биржи Осло Totalindex вырос на 1,9 %, в 1992 году в Альпах, местный индекс CAC 40 подскочил на 5,4 %. И только в феврале 1998 года, когда Олимпиада проводилась в японском Нагано, индекс Nikkei 225 упал 1,7 %.

В феврале в Сочи прошли Зимние Олимпийские игры 2014, по поводу которых строилось много прогнозов: одни возлагали надежды, другие остерегались высказывать предположения. Оправдались ли ожидания аналитиков можно говорить уже сейчас, хотя об основных результатах влияния игр на российскую экономику и на российский фондовый рынок можно будет судить только в конце года.

Специалисты отмечают, что самая сильная реакция биржевых котировок и индексов была отмечена в день объявления России хозяйкой Олимпийских

игр. Так, в ночь на 5 июля 2007 года, когда стало известно, что Сочи будет принимать зимние Игры 2014 года, индекс ММВБ поднялся на 1,6 %. В течение следующих трех дней наблюдался непрерывный рост индикатора, при этом прибавка составила более чем 3 %. В тот момент начали бурно расти котировки энергетических компаний региона, акции строительных, транспортных и телекоммуникационных компаний. Дальнейшее возведение олимпийских объектов и развитие инфраструктуры курортного города привлекло дополнительные инвестиции и промышленные заказы.

За несколько недель до открытия Олимпиады эксперты различных рейтинговых агентств предположили, что во время проведения Игр на фондовом рынке особенно преуспеют бумаги компаний-спонсоров: Аэрофлота, Мегафона, Роснефти, Сбербанка России, Ростелекома, МТС. Ожидалось, что в этих соревнованиях лидирующие места займут акции ЛУКОЙЛа и Газпрома. Первые отвечали за строительство сети заправок на трассах, ведущих на юг России, а вторые обеспечивали энергоэффективность региона. Преуспеть в фондовых забегах должны были банки, а также крупные организации, занимающиеся финансированием региона, среди которых Сбербанк России и Газпромбанк, оказывающий финансовую помощь масштабным проектам Газпрома.

Отчасти эти прогнозы оправдались. За неделю до открытия игр индекс ММВБ вырос на 1,7 %, индекс РТС прибавил 3,1 %, подорожали акции таких компаний как «Газпром», «Газпром нефть», «ЛУКОЙЛ», «НОВАТЭК», «Норникель», «Ростелеком», при этом был зафиксирован наибольший рост акций «Газпрома» и «Ростелекома», а акции «Сбербанка» вопреки всем ожиданиям подешевели (Рис. 1).

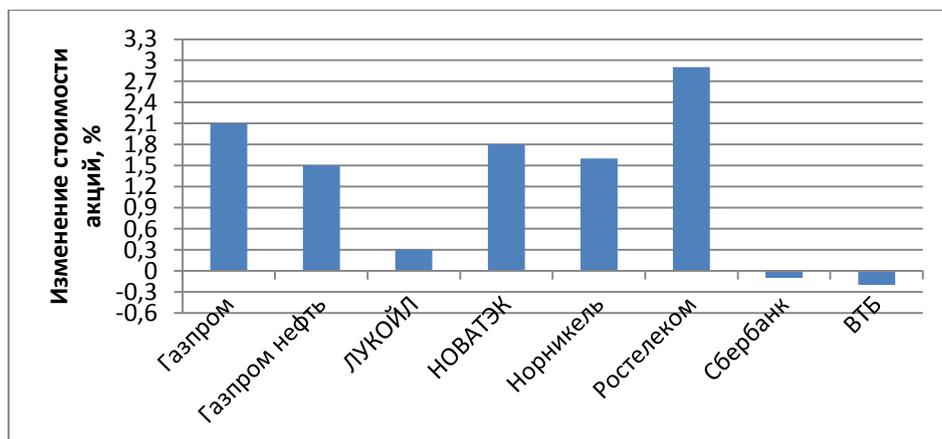


Рисунок 1. Изменение стоимости акций российских компаний перед Олимпиадой. Источник: составлено автором по данным [7]

В день открытия Олимпийских игр ММВБ зафиксировал рост на 0,8 процента и достиг 1 478,48 пункта, рост РТС составил 0,84 процента и 1 341,49 пункта. Ожидалось, что курс рубля укрепится на время проведения Олимпиады, но этого не произошло. В день открытия Олимпиады наблюдалась положительная динамика: торговая сессия на российском валютном рынке ММВБ 7 февраля 2014 г. началась ростом курса национальной валюты РФ по отношению к доллару, евро и бивалютной корзине. В следующие дни наблюдалось снижение курса рубля относительно доллара, за период проведения Зимних Игр дола вырос на 1,0814 рубля, при этом наибольший рост был зафиксирован 19 февраля (Рис. 2).



Рисунок 2. Динамика курса доллара во время проведения олимпиады [7]

Выделяют две основные причины, которые привели к падению рубля: отток капитала из России и массовая скупка валюты российскими гражданами.

В целом Олимпиада в Сочи не способствовала значительному росту российского фондового рынка, но падение замедлилось, а ситуация заметно улучшилась. За время проведения Олимпиады в Сочи индекс ММВБ вырос на 1,3 % с 1478,48 до 1487,64 пункта, а индекс РТС снизился на 1,1 % с 1341,49 до 1315,54 пункта, а значит, результат можно считать результатом нейтральным или нулевым. Такая динамика рынка, свидетельствует о том, что результат от Олимпиады станет заметным спустя годы в виде развития спортивной индустрии, а также появления новых спортивных звезд. Что касается влияния прошедших Игр на экономику РФ, то Банк России оценил положительный вклад Олимпиады в экономический рост в 0,3 % ВВП.

Однако, не все может быть таким позитивным. Олимпиада может послужить кратковременным толчком для экономики страны, но, во-первых, он может оказаться слишком «кратковременным», а во-вторых — внимание инвесторов в большей части будет сконцентрировано в области туризма, гостиничного бизнеса, спортивных товаров и медиа-рынка, а в России большинство компаний подобных сегментов занимают слишком малую долю в капитализации российских фондовых индексов.

Приведенные данные подтверждают, что «Олимпийский фактор» никогда не был Ключевым для финансовых рынков и оказывает лишь малое влияние на фондовый рынок. Настроения инвесторов по-прежнему главным образом будут определяться динамикой внешних и внутренних макроэкономических показателей, геополитической ситуацией в мире, мировыми ценами на сырье и политикой финансовых регуляторов.

Список литературы:

1. XII Зимние Олимпийские Игры в Сочи: влияние на российский рынок//РБК QUOTE. — 7 февраля 2014. — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://quote.rbc.ru/start/useful/99/> (дата обращения 12.04.2014).

2. Миркин Я. Рынок ценных бумаг России: воздействие фундаментальных факторов, прогноз и политика развития. М.: Альпина Паблишер, 2002. — 624 с.
3. Олимпийский резерв фондового рынка //Газета.ру. — 2014. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.gazeta.ru/business/2013/11/21/5762961.shtml> (дата обращения 10.04.2014).
4. Рынок акций завершил неделю ростом ММВБ//Финмаркет. — 7.04.2014. — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.finmarket.ru/shares/analytcs/3625379> (дата обращения 11.04.2014).
5. Сочи 2014: ждть ли олимпийских свершений на фондовом рынке?//Sberex. — 6.02.2014. — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://sberex.ru/article/472> (дата обращения 10.04.2014).
6. Удивительные факты об Олимпиаде от Goldman Sachs//Вести — 14.07.2012. — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.vestifinance.ru/articles/14326> (дата обращения 12.04.2014).
7. Центральный Банк Российской Федерации//[Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.cbr.ru/> (дата обращения 11.04.2014).

АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ НАЛОГОВЫХ ОРГАНОВ (НА ПРИМЕРЕ ИФНС РОССИИ ПО Г. КУРСКУ)

Антипова Ольга Михайловна

*магистрант 2 курса, кафедра экономической безопасности и налогообложения
Юго-Западный государственный университет,
РФ, г. Курск
E-mail: olga_00_1@mail.ru*

Рыкунова Валентина Леонидовна

*научный руководитель, канд. экон. наук, доцент,
Юго-Западный государственный университет,
РФ, г. Курск*

Эффективность контрольной работы налоговых органов выражается в соотношении поставленных контролирующим органом целей и достигнутого им результата. Данным результатом являются суммы доначисленных и взысканных сумм налогов, сборов и пени, по результатам проверок, однако эти доначисления должны быть правомерны, а штрафные санкции должны применяться правильно.

Одной из наиболее известных методик оценки эффективности контрольной работы налоговых органов является методика, разработанная еще Министерством по налогам и сборам в городе Москве [2, с. 24].

По показателю количества налоговых проверок результаты ИФНС России по г. Курску представлены в таблице 1.

Таблица 1.

Динамика налоговых проверок, проводимых ИФНС России по г. Курску за 2010—2012 гг., единиц

Показатели	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2011 г. к 2010 г.		2012 г. к 2011 г.	
				Откл. (+/-)	Темп роста, %	Откл. (+/-)	Темп роста, %
1	2	3	4	5	6	7	8
1.Общее количество проверок, единиц	153437	124786	115349	-28651	82,1	-9437	92,4
2.ВНП, единиц	376	362	274	-14	95,5	-88	75,6
3.КНП, единиц	153061	124424	115075	-28637	82,0	-9349	92,3

На первый взгляд эффективность контрольной работы инспекции снижается. Но этот показатель без увязки с результатами проверок не может объективно оценивать работу инспекции, т.к. на количество может влиять, например, структура проверяемой организации (в зависимости от объемов производства, наличия обособленных подразделений и т. д.). Учитывая это обстоятельство на наш взгляд, абсолютная величина количества налоговых проверок не должна учитываться в оценке эффективности контрольной работы налоговых органов.

По показателю результативности налоговых проверок результаты ИФНС России по г. Курску представлены в таблице 2.

Таблица 2.

Анализ результативности выездных и камеральных налоговых проверок, проводимых Инспекцией ФНС России по городу Курску, за 2010—2012 гг.

Показатели	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2011 г. к 2010 г.		2012 г. к 2011 г.	
				Откл. (+/-)	Темп роста, %	Откл. (+/-)	Темп роста, %
1	2	3	4	5	6	7	8
1. ВВП, единиц	376	362	287	-14	96,3	-75	79,2
2. ВВП, выявившие нарушения, единиц	376	362	287	-1	99,7	-75	79,2
3. Результативность ВВП, %	100	100	100	0	-	0	-
4. КНП, единиц	153061	124424	115075	-28637	81,2	-9349	92,5
5. КНП, выявившие нарушения, единиц	9597	7755	5522	-1842	80,8	-2233	71,2
6. Результативность КНП, %	6,2	6,2	4,7	0	-	-1,5	-

Анализ данных таблиц показывает, что за анализируемый период результативность выездных налоговых проверок составляет 100%, результативность же камеральных налоговых проверок намного ниже и в среднем составляет 5,7 %.

Высокая результативность выездных налоговых проверок говорит об эффективном отборе налогоплательщиков для данного вида проверок, о более тщательном сборе налоговыми органами доказательственной базы

по нарушениям, улучшении качества подготовки и проведения контрольных мероприятий, о высокой степени профессиональности и добросовестности налоговых органов, выполняющих возложенные на них обязанности.

Низкая результативность камеральных проверок, прежде всего, связана с тем, что инспекторы могут запросить ограниченное количество документов, а значит, шансы найти ошибку уменьшаются, а также с большим объемом документов, который необходимо обработать налоговым органам.

Данный показатель не может в полном объеме отражать эффективность контрольной работы инспекции, т. к. он не учитывает результат налоговых проверок – суммы доначисленных платежей [1, с. 296].

Поэтому для более объективной оценки эффективности контрольной работы используем показатель эффективности суммы доначисленных платежей по результатам налоговых проверок (таблица 3).

Таблица 3.

Динамика показателя эффективности суммы доначисленных платежей по результатам налоговых проверок, проводимых ИФНС России по г. Курску, за 2010—2012 гг.

Показатели	2010 год	2011 год	Тр, % 2011 г. к 2010 г.	2012 год	Тр, % 2012 г.к 2010 г.	Тр, % 2012 г.к 2011 г.
1	2	3	4	5	6	7
1. Всего доначислено по проверкам, тыс. руб.	1479391	2114423	143,2	2002379	135,3	95,0
2. Всего доначислено платежей по ВПП, тыс. руб.	1240302	1889403	152,3	1781794	143,6	94,3
3. Всего доначислено платежей по КПП, тыс. руб.	239089	225020	94,1	220585	92,3	98,0

Увеличение доначисленных сумм по общему количеству налоговых проверок и выездным проверкам в 2011 г. по сравнению с 2010 г. свидетельствует о повышении эффективности контрольной работы инспекции.

Несмотря на сравнительно небольшое значение данного показателя в 2012 г. по сравнению с 2011 г. говорить о низкой эффективности не стоит,

т. к. при его сравнении 2010 г., значение данного показателя по общей сумме доначислений составляет 135,3 % (по ВВП — 143,6 %), что свидетельствует о высоком уровне эффективности работы инспекции.

Уменьшение доначисленных сумм платежей по камеральным налоговым проверкам связано с повышением качества налоговых деклараций, в т.ч. в связи с представлением их в электронном виде, а также с повышением налоговой дисциплины налогоплательщиков.

Данный показатель дает наиболее точную оценку эффективности контрольной работы инспекции, но он не учитывает структуру проверяемых налогоплательщиков [1, с. 298].

Поэтому более обоснованным является применение показателя эффективности суммы доначислений на 1 проверку. Результаты ИФНС России по г. Курску по данному показателю представлены в таблице 4.

Таблица 4.

Анализ доначислений на 1 проверку, проведенную ИФНС России по г. Курску за 2010—2012 гг.

Показатели	2010 год	2011 год	Тр, % 2011г. к 2010г.	2012 год	Тр, % 2012г.к 2010г.	Тр, % 2012г.к 2011г.
1	2	3	4	5	6	7
1. ВВП, единиц	376	362	96,3	287	76,3	79,2
2. Всего доначислено платежей по ВВП, тыс. руб.	1240302	1889403	152,3	1781794	143,6	94,3
3. Доначислено платежей на 1 ВВП, тыс. руб.	3298	5219	158,2	6208	188,2	119,4
Справочно: Доначислено платежей на 1 ВВП по России, тыс. руб.	—	4275	—	5569	—	130,2
4. КНП, единиц	153061	124424	81,2	115075	75,2	92,5
5. Всего доначислено платежей по КНП, тыс. руб.	239089	225020	94,1	220585	92,3	98,0
6. Доначислено платежей на 1 КНП тыс. руб.	1,6	1,8	112,5	1,9	118,7	105,5
Справочно: Доначислено платежей на 1 КНП по России, тыс. руб.	—	1,5	—	1,7	—	113,3

За анализируемый период этот показатель растет. При этом сравнение данного показателя по инспекции и средних по России показало, что показатель доначислений на 1 проверку по ИФНС России по г. Курску выше средних по России на 22 % в 2011 г. и на 11 % в 2012 г.

Таким образом, ИФНС России по г. Курску относится к наиболее эффективным налоговым инспекциям по стране.

Одним из важнейших качественных показателей эффективности контрольной работы налоговых органов является показатель удельного веса дополнительно начисленных платежей в общей сумме налоговых поступлений. Результаты ИФНС России по г. Курску по этому показателю представлены в таблице 5.

Таблица 5.

Анализ показателя удельного веса дополнительно начисленных сумм платежей по результатам налоговых проверок к общему объему налоговых поступлений за 2010—2012 гг.

Показатели	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2011 г. к 2010 г.		2012 г. к 2011 г.	
				Откл. (+/-)	Темп роста, %	Откл. (+/-)	Темп роста, %
1	2	3	4	5	6	7	8
1. Всего доначислений по результатам налоговых проверок, тыс. руб.	1479391	2114423	2002379	635032	143,2	-112044	95,0
2. Общая сумма налоговых поступлений, тыс. руб.	15351733	15930167	19836128	578434	103,7	3905961	124,5
3. Уд. вес доначислений по налоговым проверкам в общей сумме налоговых поступлений, %	9,6	13,3	10,0	3,7	-	-3,3	-

Анализ данных таблицы 5 показывает, что за анализируемый период удельный вес дополнительно начисленных платежей в общей сумме налоговых поступлений в среднем составляет от 9 до 13 %.

При этом увеличение данного показателя в 2011 г. на 3,7 % свидетельствует о росте доначислений в общем объеме налоговых поступлений, следовательно, о повышении уровня эффективности контрольной работы инспекции.

Одним из важнейших показателей эффективности контрольной работы налоговых органов является показатель собираемости налогов.

Результаты инспекции по данному показателю представлены в таблице 6.

Таблица 6.

Уровень собираемости по видам налогов, рассчитанный по методике ФНС России, по ИФНС России по г. Курску за 2010—2012 гг.

Показатели	Фактические налоговые поступления, тыс. руб.			Начисленные суммы, тыс. руб.			Показатель собираемости налогов (Усн), %		
	2010 год	2011 год	2012 год	2010 год	2011 год	2012 год	2010 год	2011 год	2012 год
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1. Налоговые доходы	9295055	9161983	11767540	10168728	8404728	11061290	91,4	109,0	106,4
2. Налог на прибыль организаций	3116772	3349960	3989961	3648566	3535218	4103382	85,4	94,7	97,2
3. НДС	2900312	2244362	3228223	3957633	2710344	3641110	73,2	82,8	88,6
4. Акцизы	160219	229887	406741	166720	220896	406736	96,1	104,1	100
5. Налог на имущество физ. лиц	33721	8995	73181	32819	6550	101614	102,7	137,3	72,0
6. Налог на имущество организаций	1159047	1180479	1383516	1168439	1196700	1415903	99,1	98,6	97,7
7. Транспортный налог	211234	215634	257568	257000	237303	297302	82,1	90,8	86,6
8. Земельный налог	686735	687455	882561	701205	233320	736843	97,9	294,6	119,7
9. Налог на игорный бизнес	-1155	0	2132	389	103	2242	—	0	95,0
10. Водный налог	5916	6712	6525	7138	6664	6491	82,8	100,7	100,5
11. НДСПИ	4338	5762	6597	4251	5524	7111	102,0	104,3	92,7

12. Сборы за пользования объектами животного мира и за пользование объектами водных биол. ресурсов	278	350	664	161	240	-49	172,6	145,8	—
--	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-------	-------	---

Анализ данных таблицы показывает, что за анализируемый период показатель собираемости общей суммы налоговых доходов по ИФНС России по г. Курску находится на высоком уровне, т. к. в 2011 г. его значение достигло 109,0 %, в 2012 г. — 106,4 %. Увеличение данного показателя по налогу на прибыль организаций (с 85 % по 97 %), налогу на добавленную стоимость (с 73 % по 87 %), свидетельствует о росте объемов производства, об увеличении количества прибыльных предприятий и снижении числа убыточных. Высокий уровень собираемости за анализируемый период наблюдается по акцизам, земельному, водному налогам, налогам на имущество физических лиц и организаций, налогу на добычу полезных ископаемых. Значительный рост собираемости по земельному налогу в 2011 г. стал следствием изменения срока подачи налоговой декларации по данному налогу (декларация стала годовой).

Так, в 2010 г. начисления по данному налогу отражались за 4 квартал 2009 г. и 1, 2, 3 кварталы 2010 г. В 2011 г. начисления отражались только за 4 квартал 2010 г. А в 2012 г. — за 2011 г. Поступления же за весь анализируемый период примерно на одном уровне.

Сравним полученные результаты инспекции с показателем собираемости по России, который представлен в таблице 7.

Таблица 7.

Сравнение уровня показателя собираемости налогов по ИФНС России по г. Курску с уровнем показателя в целом по России

Показатели	2010 год		2011 год		2012 год	
	г. Курск Усн, %	По России Усн, %	г. Курск Усн, %	По России Усн, %	г. Курск Усн, %	По России Усн, %
1	2	3	4	5	6	7
1. Налоговые доходы	91,4	99,5	109,0	104,7	106,4	100,2
2. Налог на прибыль организаций	85,4	94,5	94,7	102,4	97,2	96,1
3. НДС	73,2	93,5	82,8	95,0	88,6	94,5
4. Акцизы	96,1	97,0	104,1	98,0	100,0	97,3
5. Налог на имущество физ. лиц	102,7	91,9	137,3	241,2	72,0	75,4
6. Налог на имущество организаций	99,1	98,4	98,6	100,5	97,7	98,7
7. Транспортный налог	82,1	85,1	90,8	96,1	86,6	81,8
8. Земельный налог	97,9	97,6	294,6	277,8	119,7	97,4
9. Налог на игорный бизнес	-	-	0	81,7	95,0	83,3
10. Водный налог	82,8	95,3	100,7	83,2	100,5	140,0
11. НДСПИ	102,0	100,3	104,3	100,1	92,7	99,8
12. Сборы за пользование объектами животного мира и за пользование объектами водных биол. ресурсов	172,6	100,1	145,8	101,5	-	102,5

Уровень собираемости по налоговым доходам в ИФНС России по г. Курску в целом соответствует значению данного показателя по стране. Только в 2010 г. данный показатель был ниже, чем по России (91,4 % против 99,5 %).

По налогу на прибыль организаций в 2010, 2011 гг. уровень собираемости по инспекции был ниже, чем по России, а в 2012 г. он достиг значения данного показателя по стране и стал составлять 97,2 %.

За весь анализируемый период уровень собираемости в ИФНС России по г. Курску ниже, чем по России по налогу на добавленную стоимость, что свидетельствует о том, что задолженность по данному налогу по инспекции растет быстрее, чем по России.

Уровень собираемости транспортного налога в ИФНС России по г. Курску в 2010, 2011 гг. был ниже среднего по стране, но в 2012 г. он достиг значения показателя по России и составил 86,6 %.

По налогам на имущество организаций и имущество физических лиц показатель собираемости в инспекции был выше среднего по стране только в 2010 г.

Превышение уровня собираемости по ИФНС России по г. Курску над значением показателя по России наблюдается только по земельному налогу.

Таким образом, по результатам проведенного исследования можно сделать вывод о том, что эффективность контрольной работы ИФНС России по г. Курску в настоящее время находится на достаточно высоком уровне.

Анализ эффективности контрольной работы необходим, прежде всего, для самой инспекции, так как он позволяет оценить качество работы, сделать выводы о том, что и как нужно изменить не только в работе, но и в статистической налоговой отчетности.

Список литературы:

1. Практическое пособие по налоговым проверкам, 25.03.2010, — 481 с.
2. Федоров А.С. Организация контрольной работы: стоимость и целенаправленность // «Российский налоговый курьер», — 2010, — № 1—2, — с. 21—33.

ПРОБЛЕМЫ МАКРОЭКОНОМИКИ

Ахмадов Муслим Асламбекович

студент 3 курса Чеченского государственного университета,

РФ, г. Грозный.

E-mail: beno16@bk.ru

Проблемы макроэкономики занимают значимое место в современной экономике, они постоянно являются предметом обсуждения специалистов, их анализ происходит, зачастую, при рассмотрении конкретных ситуаций.

Прежде, чем перейти к освещению вопросов по проблемам макроэкономики, следует указать специфику макроэкономики. Изучение теоретического материала позволяет сделать определенные выводы о науке макроэкономика. Макроэкономика изучает общий уровень национального объема производства, безработицу, инфляцию, она раскрывает особенности экономической системы как единого целого, обозначает пути развития экономики страны в целом.

Макроэкономика содержит в себе важнейшие экономические разделы: теория денег, теория инфляции, теория занятости, теория циклов, теория роста, теория экономической политики, внешнеэкономические отношения, которые соответственно помогают разрешить следующие вопросы: сущность денег и их значимость, уровень и динамика цен, определение уровня занятости, определение экономической конъюнктуры, осуществление экономического роста, воздействие на экономику государства, воздействие на национальную экономику внешних факторов.

Общеизвестно, что главной целью экономики современного государства является повышение уровня и рост качества жизни всех членов его общества, для чего требуется повышения производительности труда, т. е. необходимость поддержания рациональных темпов экономического роста, рост занятости и эффективности использования всех ресурсов общества: рабочая сила, капитал, природные ресурсы.

Важнейшими задачами изучения макроэкономической теории являются:

1. анализ главных макроэкономических показателей и их проблем;
2. изучение специфики макроэкономических моделей;
3. определение основных направлений и механизма реализации макроэкономической политики.

Изучение макроэкономики дает возможность предвидеть, как будут развиваться экономические процессы, т. е. составлять прогнозы, предвидеть возможные экономические проблемы и предпринять необходимые меры для их решения, а иногда возможно и их предупреждения.

Установлено, что в рыночной экономике общественные ресурсы не используются в полном размере. Существенное значение в условиях рыночной экономики занимает безработица, недогрузка производственных мощностей, к тому же масштабы недоиспользования ресурсов изменяются по мере существования экономических циклов. Доходы членов общества, их уровень жизни также могут меняться в зависимости от уровня деловой активности, так же нестабильным и изменяющимся является уровень цен, как показывает история, они растут, имеет место инфляция. Периодически колеблется курс национальной валюты, меняются показатели экспорта и импорта, колеблются поступления иностранной валюты. Сокращение экспорта и дефицит государственного бюджета влечет за собой увеличение внешнего и внутреннего долга страны. Всё это и есть макроэкономические проблемы рыночной системы.

Основной проблемой макроэкономики считается проблема макроэкономической нестабильности, где главным показателем является экономический цикл. Систематически в рыночной экономике наблюдаются экономические кризисы, обобщающей чертой которых является спад производства и, как следствие, рост безработицы. Разница между производством и потреблением товаров является причина возникновения экономических кризисов. В экономике имеют место кризис недопроизводства и кризис перепроизводства.

Кризис недопроизводства, как правило, вызывается внеэкономическими факторами и связан с нарушением обычного хода воспроизводства, тут возможно влияние оказывают стихийные бедствия, политические действия и т. п.

Кризис недопроизводства характеризуется присутствием товаров большого количества, превышающих спрос потребителей. Как правило, этот кризис возникает из-за не выявления совокупного спроса и неумения (или невозможности) планирования совокупного производства.

К ранее упомянутым проблемам относят внутриэкономические и внешнеэкономические, такие как:

Таблица 1.

экономический рост и его темпы;	экономический цикл и его причины;
уровень занятости и проблема безработицы;	состояние государственного бюджета, проблема финансирования бюджетного дефицита и проблема государственного долга;
уровень цен и проблема инфляции;	состояние платежного баланса и проблемы валютного курса;
уровень ставки процента и проблемы денежного обращения;	вопросы макроэкономической политики.

Состояние экономики, её макроэкономические проблемы и перспективы можно рассуждать по различным показателям, которые показывают органы государственной статистики. Так, уровень инфляции отражает такие показатели как индекс потребительских цен и индекс цен производителей, состояние внешней торговли — масштабы экспорта и масштабы импорта товаров и услуг.

Макроэкономическая теория раскрывает общие экономические проблемы, как они развиваются и как их можно решить. Главным методом для этого служат макроэкономические модели.

Макроэкономические модели содержат в себе функции, графики, схемы, таблицы, что, в свою очередь, позволяет понять взаимозависимости между макроэкономическими величинами, причинно-следственные связи между экономическими явлениями.

Модели содержат в себе два вида показателей: экзогенные и эндогенные.

Экзогенные — это показатели, которые формируются вне модели. Экзогенные величины являются независимыми. Эндогенные — показатели, формируются внутри модели.

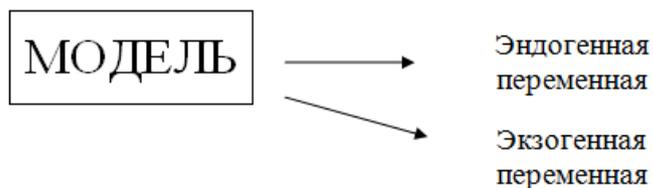


Рисунок 1. Виды показателей макроэкономической модели

Модель позволяет определить, как изменение экзогенных величин (внешний импульс) влияет на изменение эндогенных.

Так как в экономике одновременно действуют многочисленные макроэкономические процессы и явления и очень сложно охватить и понять всё это многообразие, тем более установить зависимости между ними, используется моделирование макроэкономических процессов, то есть построение макроэкономических моделей. Модель отображает определённую зависимость между макроэкономическими показателями, т. е. формулирует макроэкономическую закономерность.

Знание макроэкономических моделей позволяет избежать многих отрицательных моментов в развитии макроэкономических процессов.

Макроэкономические модели позволяют не отвлекаться на второстепенные элементы и сосредоточиваться на главных элементах системы и их взаимосвязях.

Таким образом, знание макроэкономических вопросов дает возможность изучить отличительные черты развития теории макроэкономики, изучить ее основные положения о закономерностях установления макроэкономических характеристик в, о механизме функционирования национальной экономики,

и о прогнозировании экономических процессов и явлений на основе различных теоретических концепций.

В России, как известно, сложилась своеобразная по своему характеру структура экономики. По этой причине, невозможно механически перенести западные модели развития экономики, на сегодняшнюю отечественную основу. Каждый грамотный экономист знает, что рынок в России содержит и будет сохранять специфические российские условия и, при решении отечественных макроэкономических проблем, необходимо учитывать эту специфику.

Список литературы:

1. Абалкин Л.И. Избр. тр.: В IV т. / Абалкин Л.И. М.: Экономика, 2008.
2. Кейнс Дж.М. Общая теория занятости, процента и денег: избранное: [пер. с англ.] / Джон Мейнард Кейнс. М.: Гелиос, 2007.
3. Современные макроэкономические проблемы России: учеб. пособие / кол. авторов; под ред. С.С. Носовой. М.: КНОРУС, 2010.
4. Экономическая теория в XXI веке. Инновационная экономика / под ред. Ю.М. Осипова и др. М.: МГУ, 2008.

ИЗЪЯТИЕ ОБЪЕКТОВ НЕДВИЖИМОСТИ ДЛЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ И МУНИЦИПАЛЬНЫХ НУЖД: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

Бажимова Дарья Владимировна

магистрант 2 курса, кафедра общей и региональной экономики КемГУ,

РФ, г. Кемерово

E-mail: dana260279@mail.ru

Старикова Людмила Николаевна

научный руководитель, д-р соц. наук, профессор КемГУ,

РФ, г. Кемерово

Проблема изъятия объектов недвижимости для государственных и муниципальных нужд возникает в связи с необходимостью в сжатые сроки реализовать крупные инвестиционные проекты, такие как: строительство транспортных магистралей, модернизация изношенной коммунальной инфраструктуры, расширение границ городов или районов и другие. Особенно остро эта проблема проявилась при изъятии земельных участков в Сочи и в связи с расширением территории Москвы. Строительство стадионов и инфраструктуры для Чемпионата мира по футболу к 2018 году затронет интересы 11 городов европейской части России.

Теоретически, изъятие земельных участков допускается в исключительных случаях, при невозможности размещения объектов государственного или муниципального значения в другом месте. Статья 235 Гражданского кодекса РФ устанавливает исчерпывающий перечень оснований прекращения права собственности против воли собственника, в частности, в статье 239 речь идет об отчуждении недвижимого имущества в связи с изъятием участка, на котором это имущество расположено. В статье 49 Земельного кодекса РФ приведен исчерпывающий перечень объектов, при размещении которых допускается изъятие земельных участков. Однако закон предполагает и практика показывает, что перечень оснований для отчуждения земельных участков для государственных или муниципальных нужд в любой момент может быть расширен федеральными законами и законами субъектов РФ,

например, федеральным законом № 310-ФЗ от 1 декабря 2007 года установлены дополнительные основания для изъятия земельных участков — под объекты Олимпиады [2]. А ведь собственность — это основа независимости человека и его уверенности в завтрашнем дне...

Процедура изъятия земельных участков для государственных или муниципальных нужд до сих пор не прозрачна. В частности, возникает вопрос времени. Согласно пункту 3 статьи 279 Гражданского кодекса РФ, Собственник земельного участка должен быть не позднее чем за год до предстоящего изъятия земельного участка письменно уведомлен об этом органом, принявшим решение об изъятии. Изъятие до истечения этого срока допускается лишь с согласия собственника данного участка. Но упомянутый выше закон сокращает данный срок до трех месяцев. В законе об изъятии земель в Новой Москве и области на процедуру изъятия отводится пять месяцев [3]. За такой короткий срок простым гражданам, не знакомым с юридическими тонкостями, невозможно каким либо образом повлиять на ситуацию. Причем, оспорить в суде возможно лишь вопросы, связанные с компенсацией за изымаемое имущество, а вопрос об изъятии обсуждению не подлежит. Таким образом, нарушается право гражданина на судебную защиту его прав и свобод. Налицо противоречие действующего законодательства, в частности, упомянутых законов статье 46 Конституции РФ. Как быть тем собственникам земельных участков, которые, например, живут или работают за границей? Вполне возможна ситуация, что они вообще не успеют узнать, что у них изъяли земельные участки. Закон предписывает органам власти искать правообладателей, но весьма сомнительно, что они реально успеют это сделать в такой короткий срок.

Ещё больше вопросов и споров возникает при определении размеров компенсации за изымаемое имущество. Согласно пункту 2 статьи 55 Земельного кодекса РФ, принудительное изъятие земельного участка для государственных или муниципальных нужд возможно только при условии предварительного и равноценного возмещения стоимости земельного участка

на основании решения суда. Под равноценным возмещением понимается «рыночная стоимость земельного участка и находящегося на нем недвижимого имущества, а также все убытки, причиненные собственнику изъятием земельного участка, включая убытки, которые он несет в связи с досрочным прекращением своих обязательств перед третьими лицами, в том числе упущенную выгоду» (пункт 2, статья 281 Гражданского кодекса РФ). Рыночная стоимость определяется на основании оценки, проводимой специализированными оценочными организациями в соответствии с обязательными к применению субъектами оценочной деятельности Законом «Об оценочной деятельности» и Федеральными стандартами оценки. Согласно Закону «Об оценочной деятельности», «под рыночной стоимостью объекта оценки понимается наиболее вероятная цена, по которой данный объект оценки может быть отчужден на открытом рынке в условиях конкуренции, когда стороны сделки действуют разумно, располагая всей необходимой информацией, а на величине цены сделки не отражаются какие-либо чрезвычайные обстоятельства, то есть когда:

- одна из сторон сделки не обязана отчуждать объект оценки, а другая сторона не обязана принимать исполнение;
- стороны сделки хорошо осведомлены о предмете сделки и действуют в своих интересах;
- объект оценки представлен на открытом рынке посредством публичной оферты, типичной для аналогичных объектов оценки;
- цена сделки представляет собой разумное вознаграждение за объект оценки и принуждения к совершению сделки в отношении сторон сделки с чьей-либо стороны не было;
- платеж за объект оценки выражен в денежной форме» [4].

Само определение указывает на то, что говорить о «рыночной стоимости» в ситуации с изъятием земельных участков для государственных или муниципальных нужд не приходится. Во-первых, собственник обязан продать земельный участок. Во-вторых, интересы собственника чаще всего

не совпадают с интересами государства. В-третьих, имеет место принуждение со стороны государства. Собственники отказываются от сотрудничества с оценщиками, препятствуя осмотру объекта оценки, и не предоставляют необходимую информацию. В случае сокращенных сроков изъятия проблема оценки рыночной стоимости усугубляется тем, что нет времени на тщательный юридический анализ правоустанавливающих документов, часто земельные участки не оформлены надлежащим образом.

С экономической точки зрения нужно так подойти к оценке выкупной стоимости, чтобы и собственник был удовлетворен предложенной компенсацией, и государство разумно использовало бюджетные средства. Для оценки рыночной стоимости земельных участков используются стандартные методы сравнительного и доходного подходов, а также элементы затратного подхода. В рамках изъятия земли для строительства олимпийских объектов Национальным советом по оценочной деятельности были разработаны «Методические рекомендации ...» для оценки объектов недвижимого имущества [1]. Но, в силу того, что данная методика составлялась в 2009 году, когда процесс изъятия уже начался, в ней не учтены особенности, сложившиеся на рынке земельных участков. В частности, при использовании метода сравнения продаж для определения рыночной стоимости земельного участка данные по объектам-аналогам берутся в той же самой зоне изъятия. Но информация о предполагаемом изъятии земельных участков для государственных или муниципальных нужд искажает рынок, поднимая цены на участки необоснованно высоко, с целью получить выгоду при последующем выкупе государством. Следовательно, результат оценки будет завышен, что ведет к перерасходу бюджетных средств государства. Предусмотренное методикой ценовое зонирование города Сочи также строилось на основе цен сделок и цен предложений в зоне изъятия, без экономического обоснования расчетных данных, усугубляясь сжатыми сроками. При анализе результатов ценового зонирования города Сочи для функционального использования земельных участков под индивидуальное

жилищное строительство (наиболее распространенный вид разрешенного использования) по состоянию на 1 января 2010 года и 1 января 2011 года, очевидны различия в коэффициентах ценности территории, иногда значительные. У собственников, не согласных с такими необоснованными различиями, возникает вопрос о независимости оценки. Необходимо разработать единую методику оценки рыночной стоимости объектов недвижимости при их изъятии для государственных или муниципальных нужд, которая бы действовала на всей территории государства одинаково, а не подгонять действующую для конкретного случая. Также необходимо создать доступную для любого гражданина карту ценового зонирования в каждом субъекте РФ, и постоянно актуализировать ее. При создании такой карты должны быть экономически обоснованы все коэффициенты. В качестве информационных данных должны использоваться данные из государственного реестра прав на недвижимое имущество о совершенных сделках, а не цены предложений.

Обращение объектов недвижимости в государственную или муниципальную собственность затрагивает как юридические и экономические, так и политические и социальные вопросы. Одно дело, когда изъятие земли связано с государственной безопасностью (строительство объектов обороны) и совсем другое, когда собственность изымают в связи с проведением каких-либо спортивных мероприятий, пусть даже и государственного масштаба. Выбор Сочи в качестве столицы Олимпиады-2014 и России для проведения Чемпионата мира по футболу в 2018 году имеет как «плюсы» так и «минусы». С одной стороны — повышение престижа страны, развитие инфраструктуры городов, их туристического потенциала, новые рабочие места, с другой — остается под вопросом востребованность спортивных объектов после проведения мероприятий, особенно в Сочи, учитывая сезонность региона и небольшую численность населения города. И если Чемпионат мира пока ещё впереди, то в отношении социальных вопросов в Сочи уже можно говорить о результатах, связанных с изъятием объектов недвижимости. Изъято

1865 земельных участков и иных объектов недвижимости, 259 квартир [5]. Вариантов компенсации, помимо выкупа имущества по рыночной стоимости, было ещё четыре: предоставлялись индивидуальные жилые дома, квартиры в собственность и квартиры по социальному найму, а также земельные участки, равноценные изымаемому. С одной стороны, многие жители только улучшили свои жилищные условия. С другой — при оценке убытков никак не учитывается моральный ущерб, ведь некоторые сады и дома принадлежали собственникам в нескольких поколениях.

Очевидно, что приобретение земельных участков для государственных или муниципальных нужд на открытом земельном рынке экономит средства государственного бюджета, так как не приходится компенсировать собственникам и арендаторам убытки, связанные с изъятием объектов недвижимости, но в силу различных причин процедура изъятия неизбежна. Вполне возможно, что столицей летних Олимпийских игр в 2024 или 2028 году может стать Санкт-Петербург, информация о предполагаемом событии уже появилась в СМИ. Таким образом, учитывая сложившуюся практику обеспечения государственных и муниципальных программ земельными участками со множеством судебных разбирательств, необходимо как можно скорее усовершенствовать более затратную и до сих пор не прозрачную процедуру изъятия объектов недвижимости для государственных или муниципальных нужд на законодательном и методическом уровнях.

Список литературы:

1. Методические рекомендации по составлению, актуализации и экспертизе отчетов об оценке объектов недвижимого имущества, изымаемых в целях размещения олимпийских объектов федерального значения (утверждены 23 декабря 2009 года, протокол № 5) // Национальный совет по оценочной деятельности: [сайт]. [2008]. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://ncva.ru/rprice/Method-rekomendacii-12-01-10.pdf> (дата обращения: 13.03.2014).

2. Об организации и о проведении XXII Олимпийских зимних игр и XI Паралимпийских зимних игр 2014 года в городе Сочи, развитии города Сочи как горноклиматического курорта и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации [Электронный ресурс]: Федеральный закон от 1 декабря 2007 года № 310-ФЗ (с изм. и доп., внесенными Федеральным законом от 02.07.2013 № 185-ФЗ). Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
3. Об особенностях регулирования отдельных правоотношений в связи с присоединением к субъекту Российской Федерации — городу федерального значения Москве территорий и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации [Электронный ресурс]: Федеральный закон от 5 апреля 2013 года № 43-ФЗ (с изм. и доп., внесенными Федеральным законом от 02.12.2013 № 327-ФЗ). Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
4. Об оценочной деятельности в Российской Федерации [Электронный ресурс]: Федеральный закон от 29 июля 1998 года № 135-ФЗ (с изм. и доп., внесенными Федеральным законом от 12.03.2014 № 33-ФЗ). Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
5. Статистика по изъятию и предоставлению объектов недвижимости // Департамент Краснодарского края по реализации полномочий при подготовке зимних Олимпийских игр 2014 года: [сайт]. [2008]. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.relocation.olympdep.ru/> (дата обращения: 17.03.2014).

**ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ
НЕФТЕГАЗОВОГО КОМПЛЕКСА КИТАЯ
НА ПРИМЕРЕ PETROCHINA COMPANY LIMITED
("PETROCHINA")**

Блюмина Анна Александровна

*студент 3 курса экономического факультета ПГНИУ,
РФ, г. Пермь
E-mail: annablyumina@mail.ru*

Пискунов Владислав Романович

*студент 3 курса экономического факультета ПГНИУ,
РФ, г. Пермь
E-mail: vlad_piskunov_1@mail.ru*

Чучулина Екатерина Викторовна

*научный руководитель, канд. экономических наук, доцент ПГНИУ,
РФ, г. Пермь*

Во многих странах нефтяной и газовый комплекс занимает ведущую позицию в структуре народного хозяйства. Успешное развитие отрасли зависит от того, насколько эффективно управление, от того как действуют нефтегазовые компании на внутреннем и международном рынках.

Целью представленной работы является изучение опыта управления нефтегазовым комплексом Китая на примере PetroChina Company Limited ("PetroChina"), которая является крупнейшим нефтяным и газовым производителем и дистрибьютором, играя доминирующую роль в нефтегазовой промышленности в Китае, провести SWOT-анализ компании и на этой основе выработать теоретические рекомендации по эффективному использованию оптимальных форм организации.

На государственном уровне развитие нефтяной отрасли Китая контролирует Национальная комиссия по развитию и реформам и Национальная энергетическая администрация.

Ведущие позиции в отрасли занимают государственные компании "CNPC" и "Sinorec". "CNPC" доминирует в сфере нефтедобычи и обеспечивает около 60 % добычи нефти в стране. «Sinorec» специализируется на нефтепереработке,

распределения нефти и нефтепродуктов. В шельфовых районах добычу нефти осуществляет государственная компания “CNOOC”. Значимые позиции в отрасли также занимают “Sinochem Corporation” и “CITIC Group”. “ConocoPhillips” разрабатывает шельфовые месторождения в Бохайском заливе и Южно-Китайском море. В нефтяной отрасли Китая в основном участвуют иностранные нефтяные компании — “Devon Energy”, “HuskyEnergy”, “Shell”, “BP”, “Chevron”, “Eni” и др.

Крупнейшее подразделение государственной нефтегазовой компании, CNPC — “PetroChina”, которая управляет приблизительно 55 % китайского рынка нефтепродуктов. Акции “Petrochina” торгуются на биржах в Шанхае, Гонконге и Нью-Йорке. Рассмотрим опыт управления нефтяным и газовым комплексом Китая и попытаемся оценить его эффективность и качество управления на примере PetroChina.

PetroChina Company Limited (“PetroChina”, 中国石油天然气股份有限公司) является крупнейшим нефтяным и газовым производителем и дистрибьютором, играя доминирующую роль в нефтегазовой промышленности в Китае. PetroChina была основана как акционерное общество с ограниченной ответственностью China National Petroleum Corporation в соответствии с Законом о компаниях и Специальными Указами 5 ноября 1999.

Эмблема PetroChina символизирует гармонию между развитием энергии и окружающей средой. Эмблема, представленная в виде цветка, из национального флага Китая с его десятью лепестками, представляет основные компании. Чисто красная основа иллюстрирует силу и единство PetroChina, в то время как восходящее солнце выдвигает на первый план блестящее будущее компании.

PetroChina - крупнейший нефтяной и газовый производитель, играет доминирующую роль в нефтегазовой промышленности Китая и является одной из компаний с самой огромной выручкой от реализации.

Это связано с широким диапазоном действий, связанных с нефтью и природным газом, включая:

- исследование, развитие, производство и маркетинг сырой нефти и природного газа;
- производство и маркетинг основных нефтехимических продуктов, производных химикатов и других химикатов;
- транспортировка природного газа, сырой нефти и очищенной нефти и маркетинга природного газа.

Бизнес компании охватывает все ключевые секторы в нефтяной и нефтехимической промышленности. Это формирует оптимальную и эффективную цепь от исследования и производства сырой нефти и природного газа до очистки, конвейерной обработки и маркетинга, который значительно уменьшает затраты и увеличивает основную конкурентоспособность.

Много усилий компания прикладывает для развития новых технологий и систем энергоснабжения с целью решения экологических проблем.

PetroChina основала Национальный Исследовательский центр Сланцевого газа и Топливный Центр Научных исследований Этанолола PetroChina. Компания продолжает промышленное тестирование и оценку ресурса биодизеля, битуминозного сланца, нефтяных песков и исследования поведения в области использования геотермической энергии.

Каждый год компания выбирает группу превосходных менеджеров и технического персонала и посылает их в лучшие учебные заведения участвовать в обучении международного бизнеса, менеджмента, законов и других дисциплин. Это расширяет их международное видение и увеличивает их компетентность в международных операциях так, чтобы они могли вырасти во всех отношениях.

Компания ставит перед собой цель — стать крупной международной энергетической компанией с сильной конкурентоспособностью. Для этого необходимо повысить международное сотрудничество, поощрять совместные инвестиции и сотрудничество на всех уровнях во всех областях и во всех формах.

В отношении производства Компания сделала значительные успехи и достигла устойчивых показателей. В первых трех кварталах 2013 добыча сырой нефти Компании составила 698,0 миллионов баррелей (на 2,2 % больше по сравнению с тем же периодом прошлого года). Рыночная добыча природного газа Компании составила 2,048 0 миллиардов кубических футов (на 9,0 % больше по сравнению с тем же периодом прошлого года).

В первых трех кварталах 2013 средняя реализованная цена за сырую нефть Компании составляла 99,85 долларов США за баррель (уменьшение на 3,6 % по сравнению с тем же периодом прошлого года).

Оценим внутренние и внешние факторы, влияющие на развитие компании, осуществляющей свою деятельность в условиях рыночного окружения. С помощью SWOT-анализа выявим угрозы, которые способны подорвать позиции компании.

Таблица 1.

SWOT-анализ PetroChina

<p>Преимущества</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Управляется китайской национальной нефтяной корпорацией 2. Сильное имя в Китае 3. Крупнейший производитель в Китае 4. Первая китайская компания, которая коснется рыночной капитализации за триллион долларов 5. Имеет более чем 540,000 сотрудников 6. Одна из лучших компаний с точки зрения продаж 7. Операции включают очистку нефти и газа, исследование, маркетинг, хранение, транспортировку трубопровода 	<p>Слабые места</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Экологическая опасность от химических выбросов 2. Снижение продаж в Китае 3. Операционный убыток
<p>Возможности</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Увеличение продаж в Китае 2. Исследование рынков за пределами Китая 	<p>Угрозы</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Правительственные постановления 2. Высокая конкуренция 3. Экологические проблемы

$$\text{Преимущества} + \text{Возможности} = 7 + 2 = 9$$

$$\text{Слабые места} + \text{Угрозы} = 3 + 3 = 6$$

На основании исследований, мы можем прийти к заключению, что стратегия развития компании, ее положение на рынке и конкуренто-

способность находятся под влиянием факторов, и внутренних и внешних. По результатам SWOT-анализа мы видим, что необходимы стратегические действия, направленные на укрепление конкурентоспособности PetroChina и их развитие.

Необходимо реализовать стратегию дальнейшего развития компании, которая позволит нейтрализовать слабые и максимально реализовать сильные стороны:

- компания должна преследовать цель — максимизацию прибыли, полностью используя преимущества в экономии за счет роста производства и операций от разведки и добычи нефти и газа, расширяя высокоэффективный рынок, эксплуатируя стратегический рынок, развивая мировой рынок, и непрерывно способствуя его конкурентоспособной власти на внутренних и внешних рынках.

- продвигать реструктуризацию и оптимизацию, технологию и административные инновации, охрану окружающей среды и энергосбережение.

На основании вышеизложенного, предложим компании "PetroChina" улучшить свое положение на рынке за счет нового инвестиционного проекта.

Предположим, "PetroChina" планирует вложить \$ 115 миллионов в строительство фабрики на территории Украины. Отрицательное сальдо внешнеторгового баланса Украины по итогам прошлого года — \$ 20,43 млрд. (данные Центрального ревизионного управления). Сумма выплат Украины Международному валютному фонду — около \$ 5,6 млрд. В таких условиях Украина небезуспешно ищет источники финансовой помощи. В этот сложный период украино-китайские отношения переживают период бурного развития, основы которого были заложены в ходе визитов президента Украины в Китай в сентябре 2010 года и визита в Украину председателя Китайской Народной Республики Ху Цзиньтао в июне 2011-го.

В Совместной декларации о дальнейшем углублении отношений стратегического партнерства стороны записали, что намерены «в приоритетном

порядке укреплять практическое сотрудничество в сферах энергетических ресурсов.

Украина для Китая — очень привлекательный партнер. И китайские политики не скрывают, что хотели бы видеть ее в качестве «плацдарма» для развития своего инвестиционного присутствия в Европе и СНГ.

Китайская государственная нефтяная компания PetroChina рассматривает возможность строительства фабрики обработки нефти на территории Украины. Согласно ему, стороны планируют выбрать место и строительные условия в первой половине 2014. Если Китай и Украина достигают соглашения по этому вопросу, внедрение проекта может уже начаться в наступающем году.

Требуется определить приемлемость проекта по критерию NPV.

Ожидаемый доход с инвестиций на первом году — 32 млн. \$

Во втором году — 41 млн. \$

В третьем году — 43,75 млн. \$

В четвертом году — 38,25 млн. \$

Ставка дисконтирования — 9,2%

$n=4$

$$PV1=32\,000\,000/(1+0.092) = 29\,304\,029 \$$$

$$PV2=41\,000\,000/(1+0.092)^2 = 34\,382\,589 \$$$

$$PV3=43\,750\,000/(1+0.092)^3 = 33\,597\,746 \$$$

$$PV4=38\,250\,000/(1+0.092)^4 = 26\,899\,942 \$$$

$$NPV=(29\,304\,029 + 34\,382\,589 + 33\,597\,746 + 26\,899\,942) - 115\,000\,000 = \\ 124\,183\,658 - 115\,000\,000 = 9\,183\,658 \$$$

$NPV > 0$, таким образом, мы можем сказать, что этот проект эффективный.

В настоящее время «PetroChina» планирует увеличивать инвестиции в нефтепереработку, поэтому открытие нового НПЗ на территории Украины принесет прибыль. Компанию можно считать рентабельной.

Таким образом, сочетание современных производственных, финансовых и управленческих технологий позволят «PetroChina» реализовать ресурсный

потенциал, создать новые рабочие места и стать одной из основных точек экономического роста.

Список литературы

1. Деловой журнал ChinaPRO. 17—23 февраля 2014 [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.chinapro.ru/rubrics/3/9911/> (дата обращения 25.02.2014).
2. Китай, нефтяная и глобальная политика. Andrews-скорость, С. Р; Dannreuther, Роланд, электронная книга. Английский язык. Электронные книги. Изданный Абингдон, Оксфорд; Нью-Йорк: Routledge, 2011.
3. Официальный сайт "PetroChina» [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.petrochina.com.cn/petrochina> (дата обращения 25.02.2014).
4. PetroChina Company Limited. Третий квартальный отчет 2013. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.petrochina.com.cn/Resource/pdf/xwygg/2013sjdbg-e.pdf?COLLCC=4125637224&> (дата обращения 12.02.2014).
5. Фан Тинтин. Развитие нефтегазового сектора Китая // Азия и Африка сегодня. 2012, № 1.

**ОРГАНИЗАЦИЯ СВАДЕБНЫХ СТИЛИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ
КАК НАПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЯ СВАДЕБНОЙ ИНДУСТРИИ
Г. ОМСКА**

Бронникова Анна Владимировна

*студент 6 курса, художественно-технологический факультет,
Омский государственный институт сервиса,
РФ, г. Омск
E-mail: radbron@mail.ru*

Алексеевко Ирина Владимировна

*научный руководитель, канд. техн. наук, доцент,
Омский государственный институт сервиса,
РФ, г. Омск*

Свадьба — мероприятие, которое волнует абсолютно каждого человека, вне зависимости от возраста, социального положения или вероисповедания. Это тот самый день, воспоминания о котором вызывают чувство восторга, волнения и даже ностальгии. Его по праву можно назвать одним из самых значимых моментов в жизни, который не только навсегда останется в нашей памяти, но и будет предметом пристального внимания окружающих.

Свадебные традиции зародились еще в Древнем Риме и по истечении веков меняли свои очертания. Но даже время не смогло затмить этот обряд, проведение которого и по сей день очень актуально. В настоящий момент европейская мода на проведение свадеб оказывает значительное влияние на молодоженов, что позволяет развить рынок свадебных услуг, а сам праздник сделать более фееричным. Именно поэтому все большее количество людей обращаются за помощью к профессионалам, что не только позволяет «снять с себя» большую часть хлопот при организации торжества, но и провести мероприятие на должном уровне.

Согласно опросу, проводимому в г. Омске, 65 % молодоженов ожидают от свадебного салона индивидуальный подход и оригинальность предложенных идей, а в комплексной помощи при организации свадьбы нуждаются 98 % респондентов. Проработка наполнения свадьбы актуальна для 85 % и профессионализм исполнителей услуг — для 89 % опрошенных.

В городе Омске достаточно много свадебных салонов, готовых предложить клиентам различные услуги: продажа или пошив свадебного наряда, декорирование помещения, подбор аксессуаров и многое другое. Самыми яркими представителями свадебной индустрии г. Омска являются свадебный салон «Мелодия любви», который предлагает клиентам большой выбор свадебных нарядов, аксессуаров и оформление залов, а также студия декорирования «Гранд Деко», специализирующаяся на оформлении места проведения торжества и изготовлении эксклюзивных свадебных аксессуаров. Качество обслуживания клиентов достаточно высоко, однако потребитель не получает комплексную помощь при организации торжества, в которой нуждается. Исходя из этого, можно сделать вывод, что рассматриваемые представители свадебного рынка не полностью удовлетворяют современного потребителя. В связи с этим в Омском государственном институте сервиса специалистами и студентами кафедры Сервиса и технологий изделий легкой промышленности был разработан проект предприятия — свадебного салона, который не только предоставлял бы наиболее полный перечень свадебных услуг, но и отличался эксклюзивностью предлагаемых идей, а также соответствовал последним тенденциям моды в сфере свадебных услуг.

Одним из направлений развития современной свадебной индустрии является проведение свадебных мероприятий в определенном стиле или цветовом решении. Стиль — это закономерно согласованное единство всех элементов, общность художественной выразительности и творческих приемов, которая обусловлена единством идейно-художественного содержания.

Согласно данной концепции, свадьба оформляется с учетом определенной тематики или идеи, которая четко прослеживается во всех элементах свадебного торжества: в свадебном наряде жениха и невесты, костюмах свидетелей и оформлении свадебного пространства. Так, например, свадьба в морском стиле может проводиться как в банкетном зале, так и на открытом воздухе и иметь в нарядах молодоженов белые и синие цвета, а также сочетание их в виде полос. В качестве аксессуаров применяются якоря, модели

парусников или морские звезды (рис. 1). Свадьба в стиле «Шебби шик», напротив, имеет большое количество кружев и нежных тканей, а цветовая концепция очень мягкая, нежная и романтичная (рис. 2).



Рисунок 1. Оформление свадьбы в морском стиле



Рисунок 2. Оформление свадьбы в стиле «Шебби шик»

Особое внимание при создании и воплощении образа уделяется нарядам молодоженов: свадебное платье и костюм жениха гармонично сочетаются

по цвету, стилю и имеют дополнительные элементы согласно выбранной тематике свадьбы. Кроме того, наряды изготавливаются с учетом особенностей телосложения клиентов и могут быть выполнены в классическом исполнении или эксклюзивно, отражая индивидуальность заказчика.

Банкетный зал оформляется тканью (к элементам декора свадебного пространства относятся шторы, вуаль, чехлы на стулья, скатерти, салфетки, банты, ковровая дорожка и др.) и аксессуарами, подходящими по стилю. К аксессуарам относятся: свадебные бокалы, подушечки для колец, свадебная арка, оформление шампанского и пригласительных. Декорируются дверные проемы, пространство под потолком, лестницы, столы и стулья, а также стена за молодоженами.

Заключительным моментом и наиболее яркой составляющей свадебного торжества является изготовление платьев подружек невесты и костюмов друзей жениха. Наряды выполняются из одного материала, цвета и в одном стиле, но могут иметь незначительные отличия в фасоне, так как фигуру заказчика необходимо показать с выгодной стороны, скрыв при этом некоторые ее особенности.

Таким образом, на проектируемом предприятии потребителю будет предоставлена наиболее полная помощь в организации свадебного торжества: изготовление платья невесты и костюма жениха; создание нарядов свидетелей; оформление банкетного зала и изготовление аксессуаров согласно выбранному стилю, тематике или идее.

Все элементы свадебного декора могут быть выполнены как по эскизам свадебного салона, так и по наброскам или предложениям клиентов. Для введения заказчиков в мир «стиля свадьбы» в салоне планируется выставка образцов свадебных нарядов и аксессуаров, выполненных в определенной тематике, а также предоставление каталогов с возможными вариантами оформления свадебного торжества, в которых не только приводится характеристика возможных стилей и вариантов оформления свадьбы, но и прилагаются фотографии готовых проектов.

Производственный состав предприятия включает: салон приема заказов, склад материалов, раскройный участок, швейный цех, склад готовых изделий, а также экспериментальную группу, где осуществляется разработка новых эксклюзивных моделей свадебных нарядов и аксессуаров, а также выполняется поиск оригинальных идей для оформления свадебного торжества.

Организационная структура представляет собой взаимодействие всех подразделений предприятия с четким распределением обязанностей и полномочий. Под непосредственным руководством управляющего находятся: администратор приемного салона; бухгалтер-экономист; ведущий дизайнер, который выполняет функции по изготовлению свадебных аксессуаров, созданию новых моделей платьев невесты и костюмов жениха и оформлению банкетного зала, а также принимает участие в выезде на место проведения торжества для обсуждения с клиентом возможностей при декорировании помещения.

Под руководством ведущего дизайнера находятся: художник-консультант, который кроме создания свадебных аксессуаров участвует в оформлении банкетного зала, и конструктор-закройщик, в обязанности которого входит снятие размерных признаков клиентов, разработка лекал и раскрой деталей изделий. Портные непосредственно изготавливают свадебные наряды, костюмы свидетелей, а также элементы оформления пространства.

Производственная программа включает в себя натуральные и стоимостные показатели, характеризующие объем реализации услуг: суточный выпуск изделий и количество коллекций, изготавливаемых в год. Планируемая рентабельность предприятия составляет 20,5 %.

Проектируемое предприятие отличается новизной предлагаемых услуг и позволит предоставить клиенту именно тот продукт, в котором он действительно нуждается. Свадебный салон будет конкурентоспособным и заинтересует потребителя, а сам рынок свадебной индустрии г. Омска поднимется на более высокий уровень и станет благоприятной нишей для ведения успешного бизнеса.

КРЕДИТНЫЕ РИСКИ: СУЩНОСТЬ, КЛАССИФИКАЦИЯ, УПРАВЛЕНИЕ

Гаврилова Софья Викторовна

*студент 3 курса, экономический факультет, НОВГУ им. Ярослава Мудрого,
РФ, г. В. Новгород*

E-mail: gavrilovasofja01@yandex.ru

Егорова Екатерина Ивановна

*студент 3 курса, экономический факультет, НОВГУ им. Ярослава Мудрого,
РФ, г. В. Новгород*

E-mail: katyaru.katya@mail.ru

Эльдиева Татьяна Махмутовна

*научный руководитель, д-р экон. наук, доцент кафедры
ФДОК, НОВГУ имени Ярослава Мудрого,
РФ, г. В. Новгород*

Как известно, цель деятельности любой коммерческой организации — получение максимального уровня прибыли на вложенный капитал. Данная цель является недостижимой при отсутствии анализа и оценки финансовых рисков. Именно данный анализ помогает объективно определить вероятность возникновения потерь от той или иной хозяйственной операции, дать предварительную оценку объему потерь и сопоставить его с предположительным уровнем доходов от данного вида деятельности.

Один из видов финансовых рисков — кредитный риск. Это вероятность неуплаты заемщиком основной суммы долга и начисленных по ней процентов, а также вероятность неплатежеспособности эмитента по выпущенным облигациям и иным долговым ценным бумагам [3].

Данный вид риска особенно важен для анализа перед принятием управленческого решения, поскольку данный риск объективен для предприятия-кредитора, ведь оно не может в полной мере влиять на деятельность дебитора.

Рассмотрим далее классификацию кредитных рисков.

По источникам возникновения такие риски делят на внешние и внутренние [6].

Внешний кредитный риск — это такой кредитный риск, при котором неплатежеспособность или дефолт заемщика произошли в результате негативного воздействия внешней среды на его деятельность.

Среди них выделяют:

1. Страновые риски — риски, обусловленные предоставлением кредитов в конкретной стране.

2. Политические риски — риски возникновения политических факторов, которые могут отрицательно сказаться на платежеспособности дебитора. Например, нестабильность политического режима, высокая коррумпированность управляющих структур.

3. Макроэкономические риски — обусловлены нестабильностью главных макроэкономических показателей, которые характеризуют общее развитие национального хозяйства страны. Например, валовой национальный продукт, валовой внутренний продукт, национальный доход и другие.

4. Инфляционные риски — обусловлены ростом производственных затрат в результате повышения общего уровня цен.

5. Отраслевые риски — риски, вызываемые различными особенностями отдельных отраслей хозяйствования. К таковым особенностям относятся циклические колебания, стадии жизненного цикла, венчурные разработки и многие другие.

6. Риски законодательных изменений — риски обусловленные возможностью изменения отдельных норм законодательства, которые влияют на процесс возврата заемщиком основной суммы долга и процентов по нему. Примером таких законодательных изменений может служить изменение срока исковой давности по взысканию дебиторской задолженности.

7. Риски изменения учетной ставки (ставки рефинансирования) Центральным Банком страны [1].

Внутренний кредитный риск — возникновение неплатежеспособности или дефолта заемщика в связи с проводимой им деятельностью. То есть когда

предприятие-заемщик неэффективно управляет имеющимися в его распоряжении ресурсами [3].

Выделяют следующие разновидности внутренних кредитных рисков:

1. Риск эффективности текущей деятельности — возникает в связи с отрицательными результатами хозяйственной и финансовой деятельности предприятия-заемщика.

2. Риск ликвидности — неспособность организации отвечать по своим текущим обязательствам.

3. Риск отказа от выполнения обязательств — нежелание дебитора возвращать долг, злоупотребление доверием, возможно мошенничество.

4. Риск кредитной политики — возникает в связи с неправильным определением приоритетов и направлений кредитной политики, в результате которого величина ожидаемого уровня доходов оказывается меньше произведенных расходов.

5. Операционный (селективный) риск — вероятность неправильного определения кредитных возможностей заемщика.

6. Риск злоупотреблений кадрами предприятия — недобросовестное отношение сотрудников к выполняемым обязанностям, например, выдача кредита родственникам, знакомым без необходимого исследования их финансового положения [2].

Также кредитные риски можно разделить на группы по их уровню:

1. Допустимый (минимальный) риск — величина потерь равна 0—25 % от размера предоставляемого кредита и процентов по нему.

2. Средний (повышенный) риск — потери составляют 25—50 %.

3. Высокий риск — 50—75 %.

4. Критический (недопустимый) риск — 75—100 %.

Как уже отмечалось ранее, кредитный риск, так же как и любой другой финансовый риск, нуждается в правильном и эффективном управлении им. В основе системы управления кредитными рисками лежат поиск и разработка мероприятий по их преодолению или по снижению степени риска, если

его невозможно избежать [4]. Под снижением степени риска понимают уменьшение вероятности и объема потерь.

Принципы управления кредитными рисками:

- осознанность принятия рисков;
- принцип количественной оценки принимаемых рисков;
- принцип ограничения величины непредвиденных потерь с заданной вероятностью на определенный срок, покрываемых капиталом;
- принцип фондирования ожидаемых потерь по кредитному риску за счет рискованных надбавок;
- принцип постоянного мониторинга принятого кредитного риска и контроля используемых процедур
- управляемость принимаемыми рисками;
- учет финансовой стратегии предприятия при управлении рисками;
- учет возможности передачи рисков;
- учет фактора времени;
- экономичность процесса управления рисками;
- сопоставимость уровня принимаемых рисков с финансовыми возможностями предприятия [2].

Процесс управления кредитными рисками начинается с анализа. Он распадается на 2 составляющие — качественный и количественный анализ. Качественный анализ предполагает выявление источников риска, его причин, идентификацию всех возможных рисков и установление потенциальных зон риска [5]. С помощью количественного анализа можно получить числовую оценку риска.

Затем на основе проведенного анализа выбираются методы воздействия на кредитные риски, руководство предприятия принимает соответствующее решение, которое впоследствии реализуется. И конечным этапом является контроль над результатами проведенных мероприятий.

Управление кредитным риском осуществляется на 3 уровнях:

1. Индивидуальный уровень — анализ, оценка и минимизация кредитного риска по конкретной сделке.

2. Агрегированный уровень — разработка критериев, которым должны соответствовать типовые сделки, что позволяет ограничить уровень принимаемого риска.

3. Портфельный уровень — оценка совокупного кредитного риска, выработка предложений по установлению ограничений и управленческих решений (как правило, этот уровень соответствует специализированным кредитным организациям) [2].

Что касается индивидуального уровня, то по каждой сделке определяется оценка заемщика с учетом нескольких критериев:

- финансовое состояние заемщика;
- состояние выполнения обязательств по кредитным сделкам (погашение основной суммы долга и процентов по нему в соответствии с условиями кредитного договора);
- обеспеченность кредита;
- наличие поручителей.

В результате проведенного исследования заемщику присваивается 1 из 5 классов.

Класс «А» — финансовое состояние крайне устойчивое, отличается высоким уровнем рентабельности хозяйственной деятельности, все финансовые показатели находятся в пределах нормативных значений, что говорит о наличии возможностей для своевременного погашения кредитных обязательств. Также, предприятие-заемщик имеет положительную деловую репутацию и безупречную кредитную историю. Предоставляемое обеспечение обладает высокой степенью ликвидности.

Класс «Б» — Финансовые показатели деятельности заемщика близки к характеристикам заемщиков класса «А», уровень рентабельности близок к среднеотраслевым значениям, но стабильность таких показателей находится

под угрозой, так как они крайне зависимы от условий внешней среды хозяйствования.

Класс «В» — Финансовые показатели в целом удовлетворительны, однако находятся ниже среднеотраслевых значений или нормативов. Платежеспособность таких заемщиков не позволяет им своевременно погасить кредитную задолженность в сроки, предусмотренные договором, даже при незначительном ухудшении результатов хозяйственной деятельности.

Класс «Г» — нестабильное финансовое положение, характеризующееся неудовлетворительными значениями экономических показателей, высокий уровень риска убытков, соответственно, вероятность полного и своевременного погашения суммы кредита и процентной платы по нему крайне мала.

Класс «Д» — кризисное финансовое состояние, убыточность, неплатежеспособность, все экономические показатели гораздо ниже нормативных значений, вероятность возврата кредита и процентов по нему стремится к нулю [1].

После отнесения заемщика к той или иной категории, кредитор должен сопоставить полученные результаты исследования с тем уровнем риска, который он может позволить себе принять, исходя из собственных показателей хозяйственной деятельности.

Отказ от риска является экономически оправданным, если:

- отказ от него не приводит к возникновению другого риска с аналогичным или более высоким уровнем;
- доходность кредитной операции крайне мала при сопоставлении с величиной риска;
- финансовые потери при реализации риска не могут быть возмещены за счет собственных средств организации [5].

Таким образом, кредитные риски, как важная составляющая финансовых рисков, играют немаловажную роль в хозяйственно-финансовой деятельности предприятия. Их своевременное выявление, оценка и анализ помогают руководству предприятий принять верное управленческое решение, которое

улучшит показатели его финансового состояния и повысит конкурентоспособность.

Список литературы:

1. Ахметова А.Ж. Как управлять финансовыми рисками производственных и розничных компаний / А.Ж. Ахметова // Управление финансовыми рисками. — 2013. — № 2. — С. 77—92.
2. Буг Г.Н. Более широкий взгляд на риск / Г.Н. Буг // Банковские технологии. — 2012. — № 3. — С. 43—54.
3. Демкин И.С., Бархатов В.П. Эволюция риск-менеджмента промышленных предприятий России / И.С. Демкин, В.П. Бархатов // Управление финансовыми рисками. — 2011 — № 5. — С. 54—71.
4. Епифанов М.А. Управление кредитными рисками / М.А. Епифанов // Финансовый бизнес. — 2013. — № 9. — С. 38—49.
5. Лукасевич И.Я. Финансовый менеджмент / И.Я. Лукасевич М.:Эксмо, 2010. — 323 с.
6. Тактарова Г.А., Григорьева Е.М. Финансовая среда предпринимательства и предпринимательские риски: Учебное пособие / Г.А. Тактарова, Е.М. Григорьева. М.: Финансы и статистика, 2011. — 546 с.

НАЦИОНАЛЬНАЯ ПЛАТЁЖНАЯ СИСТЕМА: ЗА И ПРОТИВ

Грешкова Ксения Александровна

Трошанина Валерия Александровна

студенты 4 курса, кафедра «Финансы и финансовый менеджмент»

ДИТИ НИЯУ МИФИ,

РФ, г. Дмитровград

E-mail: kseniyagreshkova@yandex.ru

Герасимова Светлана Александровна

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

и финансовый менеджмент», ДИТИ НИЯУ МИФИ,

РФ, г. Дмитровград

Уже в 2014 году в России может появиться национальная платежная система, вопрос о создании которой был поднят после введения санкций США в отношении российских банков. 21 марта Visa и Master Card ограничили проведение операций по картам ряда российских кредитных организаций, в том числе банка «Россия», Собинбанка, СМП Банка. На эти международные платёжные системы приходится восемьдесят пять процентов всех карт и операций в России. Нет гарантии, что форс-мажор не повторится, поэтому экономике страны нужно быть независимой. К чему приведет создание национальной платёжной системы: к независимости банков или потере клиентов и переделу банковского сектора? В какие сроки она будет создана?

О создании национальных платёжных систем говорилось давно. Некоторые эксперты считают, что создание подобной системы является дорогим и технически крайне сложным процессом. Профессор кафедры фондового рынка и рынка инвестиций Высшей школы экономики Александр Абрамов отметил, что «процедура замены пластиковой карточки — это уже проблема, не говоря о непонятных перспективах использования ее за рубежом, поэтому совсем отказываться от международных платёжных систем Visa и MasterCard нет смысла» [3].

В 2005 году Сбербанк уже пробовал создать собственную платёжную систему «Сберкарта», однако выйти на национальный, а тем более

на международный уровень она не смогла. В России есть действующая платежная система «Золотая корона», но банковские карты используют всего 8 миллионов россиян, т. е. менее 6 процентов населения страны. Сервис денежных переводов получил большее распространение.

Однако в Японии и Китае национальные платёжные системы приобретают всё большую популярность, хотя они также изначально задумывались как замкнутые на свой рынок, а сегодня они уже принимаются и за пределами стран. Движение денег в национальных платёжных системах не зависит от международных политических конфликтов, что является неопровержимым достоинством. При Нацбанке Белоруссии создана национальная система платёжных карт — «Белкарт», востребованная примерно половиной населения. Её использует и большинство банков республики.

При введении национальной платёжной системы ожидается не только финансовая независимость страны, но и прибыль, которую сегодня Россия платит США. Один из сторонников национальной платёжной системы, экс-депутат Алексей Багаряков, заявил, что российские пользователи платят американским платежным системам около 120 млрд. рублей в год за использование их платежных карт. Кроме того, расплачиваясь карточками американских систем, мы покупаем товар под залог денег, которые хранятся за границей. Выходит, наши деньги оживляют американскую экономику. В связи с этим, по сообщению WikiLeaks, «платежные системы Visa и MasterCard обращались с прошением в государственный департамент Соединенных Штатов Америки о непозволении РФ планирования и претворения в жизнь проекта собственной системы платежей» [4].

Эксперт рабочей группы Государственной Думы по информационной политике, информационным технологиям и связи Денис Маймистов сообщил, что для запуска пробной версии общероссийской платежной системы необходимо: «Первое — обязать банки эмитировать карты национальной платежной системы. Второе — обязать магазины принимать карты. И третье — перепрограммировать оборудование: банкоматы, платежные системы, обязать

поставщиков оборудования программировать его так, что оно будет принимать к процессингу карточки НПС. Никакое новое оборудование не потребуется, так же как и огромные финансовые вливания» [1].

Вероятно, что банки не будут увеличивать комиссии для покрытия затрат на перевыпуск карт, техническое переоснащение и т. д. Скорее всего, наоборот, для популяризации национальной платёжной системы тарифы могут быть установлены на более низком уровне, чем у международных карт. К тому же внедрение национальной платёжной системы не означает полный отказ от Visa и Master Card.

Введение национальной платёжной системы может способствовать переделу российского банковского сектора — мелкие и средние частные банки станут зависимыми от госструктур. Кроме того, не исключено, что доли наличных платежей увеличатся, поскольку замена одной, привычной карты на другую может подстегнуть интерес россиян к наличному обороту. Поэтому на создание национальной платёжной системы может потребоваться не один год.

Однако базовые структуры и программы развития национальной платёжной системы в России уже созданы. С марта 2012 года действует некоммерческое партнерство «Национальный платёжный совет», объединяющее участников платёжного рынка. 15 марта 2014 года Советом директоров Банка России была одобрена новая Стратегия развития национальной платёжной системы. Особое внимание будет уделено вопросам правового обеспечения и развития платёжных услуг, платёжных систем и соответствующей инфраструктуры. Окончательно ещё не решено, будет ли система создаваться с нуля или на основе существующих разработок. Здесь основной претендент — платёжная система «Про100», где главную роль играет Сбербанк.

Председатель правления Сбербанка РФ Герман Греф на встрече с Владимиром Путиным сообщил, что «...требуется изменение целого ряда нормативных актов России, которые можно поправить достаточно быстро.

И с момента принятия поправок в закон потребуется техническая работа от двух до шести месяцев для того, чтобы в разных вариантах запустить национальную платежную систему... Готовность максимальная: у нас развернут процессинговый центр, создан наш российский чип, который производит компания «Ситроникс», он сертифицирован, сделано идентификационное приложение с соблюдением всех стандартов, совместимых с международными платежными системами» [2].

По мнению председателя комитета Государственной думы по финансовому рынку Натальи Бурыкиной, в качестве логотипа национальной платежной системы России необходимо сделать графическое изображение рубля на карте страны, чтобы достичь понимания того, что у россиян имеется национальная гордость. «Мы имеем свой флаг, гимн, пусть будет графическое изображение рубля, пусть будет наша карта», — сказала Наталья Бурыкина [5].

Таким образом, национальная платёжная система может быть внедрена в России уже через несколько месяцев. Цель — обеспечить платежи по картам в любом уголке страны, при этом вся информация и прибыль от проведения транзакций также остаются в пределах России.

Оптимальным выглядит следующее решение: одна карта национальной платёжной системы — для расчетов внутри страны, а для остальных операций — карты международных платёжных систем. Если в будущем появится потребность признания за рубежом, возможно объединение с китайским аналогом платежной системы Union Pay. Вероятно, сложившаяся ситуация с санкциями, которая привела к серьезным потерям крупных банков, даст необходимый импульс к доведению существующих попыток к логическому завершению — созданию национальной платёжной системы.

Список литературы:

1. Карточные игры // Новые Ведомости [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://nvdaily.ru/info/22918.html> (дата обращения: 02.04.2014).
2. Национальная платёжная система в России может быть создана в течение полугода // 3D News — Daily Digital Digest [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.3dnews.ru/815060/> (дата обращения: 02.04.2014).
3. Национальная платёжная система России: банкир — за, эксперт — против // Deutsche Welle [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.dw.de/национальная-платежная-система-россии-банк-за-эксперт-против/a-17527591>
4. Национальная платёжная система запустится в России до лета 2014 года// IPOCREDIT.RU [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://ipocredit.ru/novosti/s/natsionalnaya-platezhnaya-sistema-zapustitsya-v-rossii-do-leta-2014-goda-10315562/> (дата обращения 02.04.2014).
5. Национальную платёжную систему РФ будут объединять с Union Pay // Биржевой Лидер [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.profi-forex.org/novosti-rossii/entry1008206593.html> (дата обращения 06.04.2014).

РОССИЯ: ПОСЛЕДСТВИЯ ПРИСОЕДИНЕНИЯ КРЫМА

Дацко Анастасия Николаевна

*студент ДВФУ, школа экономики и менеджмента,
специальность мировая экономика,
РФ, г. Владивосток
E-mail: Nastsya.92@mail.ru*

Жабыко Людмила Ливерьевна

*научный руководитель, доцент ДВФУ, кафедра «Финансы и кредит»,
РФ, г. Владивосток*

Как известно, 18 марта 2014 года президент Российской Федерации подписал договор о принятии Республики Крым в состав России. Казалось бы, присоединение Крыма — это первый шаг к воссоединению бывших постсоветских республик и созданию могущественной державы. Но с другой стороны, это событие обострило отношения между Россией и Украиной, а также отношения с мировыми лидерами, такими как США и страны ЕС, что возможно приведет к неблагоприятным экономическим последствиям для России.

В результате референдума, прошедшего на территории Крыма, за вступление данной республики в состав России проголосовало 96,77 %, но данное голосование противоречит конституции Украины, т. к. Украина — это унитарное государство и любые референдумы должны проходить не в рамках отдельной республики или области, а целиком по стране. А т. к. результаты референдума признаны только Россией, то и Крым и Россия могут оказаться в международной изоляции, что приведет к катастрофическим последствиям.

Сейчас президент, Правительство Российской Федерации и граждане России находятся в небольшой эйфории от своей победы. Но на самом деле будущее не так радужно, как хотелось бы. Во-первых, это отразится в том, что придется обеспечивать еще один регион. А это, безусловно, отразится на бюджете страны, т.е. придется пересматривать весь бюджет и сокращать некоторые статьи расходов, которые ранее были запланированы.

Затраты на повышение зарплат и пенсий в Крыму, развитие инфраструктуры безусловно скажутся на экономике России. По данным статистики, средний доход жителя России составляет 39 тысяч рублей, минимальный средний доход в дотационных регионах — от 20 до 30 тысяч рублей. В то же время, в Крыму зарабатывают в среднем 11 тысяч рублей, а пенсия составляет 5 тысяч рублей. Ясно, что эти показатели неизбежно будут «подтягиваться» до среднероссийских показателей. И исходя из того, что в бюджетной сфере Крыма трудится примерно 2 миллиона человек, а 600 тысяч человек — пенсионеры, не трудно будет рассчитать насколько пострадает бюджет России.

Еще одна экономическая проблема — это инфраструктура, а именно, нужно будет перестраивать аэропорт в Симферополе, строить мост через Керченский пролив, прокладывать дороги, чтобы попасть на полуостров. Это очень большие и серьезные затраты, которые оцениваются в несколько триллионов рублей.

Во-вторых, обострятся отношения с братской Украиной. России нужно было думать, не как отобрать Крым, а как наладить дружественные отношения с Украиной в целом. И нужно принять тот факт, что Украина — банкрот и все те, кто находится у власти, тоже в скором времени станут политическими банкротами. Европа не будет вкладывать большие деньги в экономику Украины. Значит, власти Украины все равно будут нуждаться в поддержке России. Однако сейчас Украина настроена серьезно. Она не признает ни независимость Крыма, ни присоединение Крыма к России. А действующая на Украине партия «Удар» призывает украинские власти разорвать дипломатические отношения с Россией, исходя из враждебных действий политического руководства Российской Федерации. Несмотря на это, Правительство России считает, что украинский народ остается для россиян братским, и подчеркивает, что отношения с Украиной остаются важнейшими и ключевыми для России.

В-третьих, Россия столкнулась с негативной реакцией со стороны США и стран ЕС. Международное сообщество осуждает действия Москвы, связанные с Крымом. В частности, США и ЕС готовят санкции против Российской Федерации. Самой жесткой санкцией в отношении России со стороны США может стать открытие американских стратегических запасов нефти, а это, в свою очередь, повлечет за собой падение цен на нефть. США без каких-либо прямых затрат может понизить цены на нефть и нанести значительный урон России. Европа же со своей стороны хочет сократить энергозависимость за счет сокращения спроса на энергию, увеличения энергоэффективности, диверсификации путей поставок, расширения источников получения энергии.

Но пока ответная реакция США заключается в том, что президент Соединенных Штатов распорядился заморозить активы граждан России, которые имеют отношение к дестабилизации ситуации в Крыму. А в Штатах очень многие российские чиновники, депутаты, сенаторы держат деньги на банковских счетах, поэтому ситуация на Украине может серьезно ударить по финансовому положению российской элиты. ЕС вслед за США расширил санкции в отношении российских политиков из-за воссоединения Крыма с Российской Федерацией, но на санкции против экономики России в целом или ее отдельных отраслей Евросоюз пока не решается.

В-четвертых, возможен подрыв международного авторитета России в глазах мирового сообщества. Большинство стран обеспокоено, в частности, правительство Литвы призывает ЕС к немедленной реакции на действия России, т.к. после Украины может настать черед Молдовы и других стран. Премьер-министр Болгарии признал правительство Украины легитимным и надеется, что во внутренние дела Украины больше не будет вмешиваться ни Россия, ни какая-либо другая страна. Турция, Япония, Эстония, КНР, Германия, Казахстан, Великобритания, Дания, Чехия, Испания и ряд других стран выступают за сохранение территориальной целостности Украины и осуждают действия России.

В-шестых, в результате присоединения Крыма снизился кредитный рейтинг России. В свете последних событий рейтинговое агентство Standard&Poor's (S&P) понизило долгосрочный кредитный рейтинг России со «стабильного» на «негативный» — до уровня ВВВ (платежеспособность считается удовлетворительной). Это объясняется тем, что произошло ухудшение на фоне растущих геополитических и экономических рисков. Санкции Евросоюза и США могут привести к существенным экономическим и финансовым последствиям для кредитоспособности России [1].

Центральный банк России прекратил политику, направленную на увеличение гибкости валютного курса и сосредоточился на стабилизации финансовых рынков, т.к. обесценение рубля на 10 % с начала года и существенный отток капитала дают инфляционный эффект. По оценкам S&P, отток капитала из России в первом квартале 2014 года составит около 60 млрд. долларов, а это примерно равно оттоку капитала за весь 2013 год. Замедлится также и экономический рост Российской Федерации. Прогнозы данного рейтингового агентства неутешительны: рост ВВП в текущем году составит 1,2 % при 1,3 % в прошлом году. И этот показатель может еще опуститься ниже 1 %.

В общем, последствия присоединения Крыма к Российской Федерации будут плачевными. На сегодняшний день, к происходящему приковано внимание мировой общественности. США и ЕС ввели санкции для России, НАТО отказалось от сотрудничества. На фоне этих событий снизится доверие к России в плане международных договоренностей, т. к. в Будапеште Россия, США и Великобритания обязались уважать независимость, суверенитет и существующие границы. Таким образом, вторжение России в Крым — нарушение будапештских обязательств.

Особое внимание следует уделить состоянию экономики России. Украинские события вызвали падение на Российском фондовом рынке. Индексы РТС и ММВБ снизились до минимальных показателей. Рубль стремительно дешевеет, а евро перешагнул рубеж 50 рублей, его курс равен

50,1804. Доллар тоже подорожал почти на два рубля (курс 36,4022). Неопределенная ситуация на Украине, возможно, продолжит оставаться сдерживающим фактором для российского рынка. Но рубль имеет все шансы отыграть часть потерь. И к концу марта рубль относительно доллара вырастет на 36 копеек, а против евро — на 94 копейки [3]. И это благодаря действиям Центрального банка Российской Федерации на валютном рынке, которые могут принять более решительный характер на фоне инфляционных ожиданий. Кроме того, украинский вопрос будет решен в ближайшее время и это снимет неопределенность и опасения с рынков. Однако на 24—28 марта продолжается давление на российские финансовые рынки. Под большим давлением остается банковский сектор — ослабление рубля, санкции против Банка России, проблемы с украинским рынком, все это добавит негатива российским банкам [2].

Но правящие круги России пока особых неприятностей не видят, т. к. все санкции бутафорские, направленные либо на чиновников, у которых и так никаких активов за рубежом нет (по закону уже год запрещено их иметь), либо они направлены на близкий круг президента Российской Федерации. Но т. к. правительство знало, куда шло, просчитало все варианты и подстраховалось.

Список литературы:

1. Город новостей — информационное агентство /[21.03.2014]. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.city-n.ru/view/337765.html> (дата обращения: 24.03.14).
2. Статья Кричевского Никиты — доктора экономических наук, главного научного сотрудника Института экономики РАН. Газета «Московский Комсомолец», № 26483, 22 марта 2014 г., — стр. 3.
3. Статья «Финансовый прогноз на март 2014 года», газета «Прайм», № 28 (26116), 28 февраля 2014 г., — стр. 6.

АВС-МОДЕЛЬ КАЛЬКУЛИРОВАНИЯ СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОДУКЦИИ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА

Дерябина Ирина Геннадьевна

*магистрант 1 года обучения магистерской программы «Управленческий учет
и контроллинг» учетно-финансовый факультет СтГАУ,
РФ, г. Ставрополь
E-mail: [id715@mail.ru](mailto: id715@mail.ru)*

Бобрышев Алексей Николаевич

*научный руководитель, канд. экон. наук, доцент СтГАУ,
РФ, г. Ставрополь*

В управленческом учете для обеспечения наибольшей оперативности и аналитичности данных учета в целях своевременного принятия решений по совершенствованию процесса производства применяется ряд перспективных систем учета исчисления себестоимости: Standardt Стандарт-костинг, Директ-костинг, АВС-костинг, «Точно в срок», «Таргет-костинг», Кайзен-костинг [3]. В рамках настоящей статьи рассмотрены перспективы применения функционального метода учета затрат (АВС-костинг), суть которого сводится к утверждению, что у предприятия имеется определенный объем ресурсов, который позволяет ему выполнять производственные функции. Эти ресурсы распределяются по функциям пропорционально драйверам затрат, то есть затратнообразующим факторам [1]. В настоящее время функциональный метод калькулирования себестоимости продукции активно используют 10% крупных компаний в США, Великобритании, Европе и Австралии. Этот метод вызывает интерес и у российских предприятий, ориентированных на создание стратегических конкурентных преимуществ [5].

На рисунке 1 представлена последовательность операций при учете методом АВС [3]:

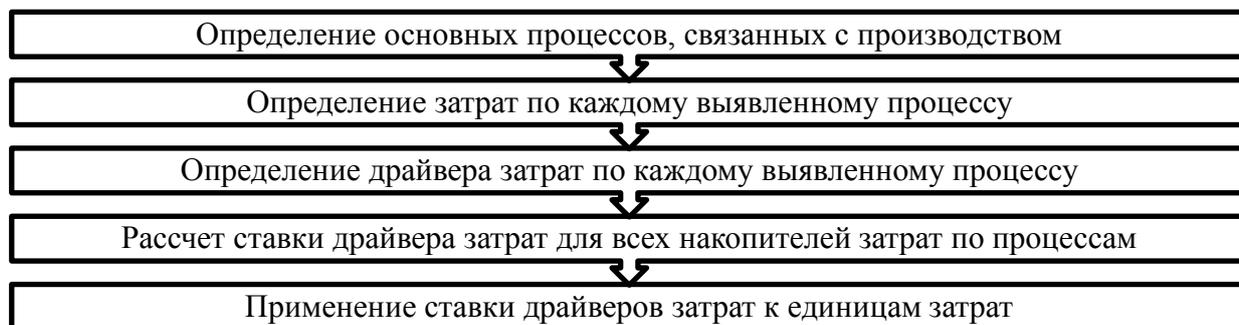


Рисунок 1. Алгоритм реализации учета по методу ABC

Расчет ставки драйвера затрат для всех единиц затрат по процессам производится по формуле 1 [2]:

$$R_D = \frac{P}{D} \quad (1)$$

где: R_D — ставка драйвера затрат;

P — объем затрат по процессу;

D — драйвер затрат (число транзакций).

Учет затрат на основе видов (функций) деятельности имеет ряд преимуществ перед учетом поглощенных затрат [4]:

1. Косвенные затраты не рассматриваются как постоянные (само понятие постоянных расходов в такой системе исчезает);

2. Следовательно, все издержки предприятия поддаются контролю и регулированию;

3. Управление затратами становится более гибким, лучше отвечает требованиям конкуренции и производственных возможностей организации;

4. Учет и анализ накладных расходов позволяет планировать, где и в каком размере можно ожидать экономии издержек или их более эффективного размещения.

Преимущества функционального метода становятся очевидными в условиях высокой диверсификации деятельности предпринимательских структур, как, например, в СПК «Незлобненский» который выпускает широкий ассортимент продукции, что требует от предприятия гораздо больше временных и финансовых затрат на составление графиков производства,

на наладку оборудования, контроль качества и т. д. С этой целью предлагается рассмотрение перспективы внедрения функционального метода в учетную политику СПК «Незлобненский», который позволил бы объективнее исчислять затраты на производство каждого вида продукции. Для наглядности результатов применения зарубежного метода оценки его преимуществ был произведен расчет себестоимости плодово-ягодной продукции традиционным методом (таблица 1):

Таблица 1.

Исчисление себестоимости производства плодово-ягодных культур традиционным методом

Статьи затрат, тыс. руб.	яблоки	груша	черешня	вишня	альча	слива	земляни ка	Всего
Прямые затраты на материалы	9 629,00	375,00	542,00	122,00	384,00	930,00	584,00	12 566,00
Затраты на оплату труда	6 696,00	216,00	108,00	43,20	108,00	280,80	108,00	7 560,00
Производственные накладные расходы	3 619,56	116,76	58,38	23,35	58,38	151,79	58,38	4 086,60
Совокупная величина затрат	19 944,56	707,76	708,38	188,55	550,38	1 362,59	750,38	24 212,60
Себестоимость, руб./кг	8,36	10,11	19,15	20,95	13,10	13,49	25,01	х
<i>Данные для расчета</i>								
Прямые затраты труда, тыс. чел.-час.	62	2	1	0,4	1	2,6	1	70
Объем производства, т.	2 386	70	37	9	42	101	30	2 675

Внедрение метода ABC в учетную практику СПК «Незлобненский» предполагает использование драйвера затрат по каждому выявленному процессу (таблица 2).

Таблица 2.

Информация по накопителям и драйверам процессов

Накопитель затрат по процессу	Драйвер затрат (за год)	Затраты по процессу, руб.
Доставка продукции на склад	Количество доставок	1 092 160,00
Доставка товара к местам продаж	Количество партий	123 360,00
Доставка рабочих к месту работы	Количество доставок	17 000,00
Ремонт транспорта	Количество переналадок	1 518 830,00
Амортизация т/с	Количество использования т/с	625 368,00
Электроэнергия по складу для хранения во фруктохранилище	Время хранения, дн.	408 760,00

В таблице 3 представлены параметры, характеризующие практически возможное проявление каждого из признаков:

Таблица 3.

Усредненные параметры процессов

Показатели	яблоки	груша	черешня	вишня	алыча	слива	земляни ка	Всего
Доставка продукции на склад	1484	386	180	90	240	260	94	2734
Доставка товара к местам продаж	105	48	30	18	36	24	15	276
Доставка рабочих к месту работы	332	132	84	84	124	124	120	1000
Ремонт с/х техники	14	8	12	8	12	9	15	78
Количество использования с/х техники	800	200	105	56	130	141	50	1482
Электроэнергия по складу для хранения во фруктохранилище	100	53	19	14	21	21	7	235

После подготовки данных, представленных в таблицах 2 и 3, можно приступить к исчислению ставок драйверов (таблица 4):

Таблица 4.

Расчет ставок драйверов по процессам

Накопитель затрат по процессу	Общие затраты по процессу, тыс. руб.	Число параметров по каждому виду	Ставка драйвера, тыс. руб
Доставка продукции на склад	1 092,16	2734	0,40
Доставка товара к местам продаж	123,36	276	0,45
Доставка рабочих к месту работы	17,00	1000	0,02
Ремонт транспорта	1 518,83	78	19,47
Амортизация т/с	625,37	1482	0,42
Электроэнергия по складу для хранения во фруктохранилище	408,76	235	1,74

Для каждого вида продукции затраты рассчитываются как произведение ставки драйвера по каждому признаку на число проявления этого признака в расчете на тонну продукции (таблица 5):

Таблица 5.

Расчет себестоимости плодово-ягодных методом АВС

Статьи затрат, тыс. руб.	яблоки	груша	черешня	вишня	алыча	слива	земляника	Всего
Прямые затраты на материалы, тыс. руб.	9 629,00	375,00	542,00	122,00	384,00	930,00	584,00	12 566,00
Затраты на оплату труда, руб.	6 696,00	216,00	108,00	43,20	108,00	280,80	108,00	7 560,00
Производственные накладные расходы, тыс. руб.								
Доставка продукции на склад	593,60	154,40	72,00	36,00	96,00	104,00	37,60	1 093,60
Доставка товара к местам продаж	47,25	21,60	13,50	8,10	16,20	10,80	6,75	124,20
Доставка рабочих к месту работы	6,64	2,64	1,68	1,68	2,48	2,48	2,40	20,00
Ремонт транспорта	272,58	155,76	233,64	155,76	233,64	175,23	292,05	1 518,66
Амортизация т/с	336,00	84,00	44,10	23,52	54,60	59,22	21,00	622,44
Электроэнергия по складу для хранения в холодильной установке	174,00	92,22	33,06	24,36	36,54	36,54	12,18	408,90
Совокупная величина затрат	17755,07	1101,62	1047,98	414,62	931,46	1599,07	1063,98	23 913,80
Себестоимость, руб./кг	7,44	15,74	28,32	46,07	22,18	15,83	35,47	x
<i>Данные для расчета</i>								
Количество произведенной продукции, т.	2 386	70	37	9	42	101	30	2 675

По итогам расчетов (таблицы 1 и 5), значения себестоимости, исчисленной традиционным методом отличается от величины себестоимости, определенной методом ABC (рисунок 2). Это говорит о том, что при изменении методики расчета себестоимости производства плодово-ягодных культур СПК «Незлобненский» стало возможным определить накладные расходы на производство каждого вида продукции, что затруднительно получить при использовании какого-либо другого метода. Более того, зная величину накладных расходов по каждому из процессов, можно как управлять ими, так и идентифицировать причину перерасхода.

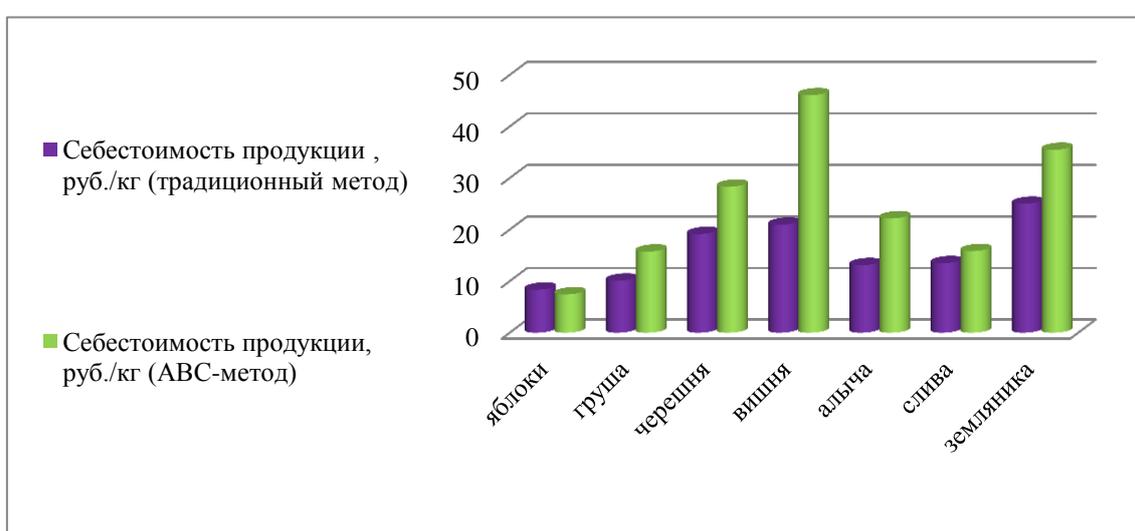


Рисунок 2. Сравнительный анализ различий в себестоимости

Анализируя таблицу 5, несложно заметить, что самыми затратными процессами являются ремонт транспорта и доставка собранного урожая во фруктохранилище. В данном случае целесообразно снизить данную группу затрат при помощи обновления техники, что непосредственно позволит снизить не только затраты на ремонт, но и уменьшить расход топлива за счет работы двигателей с экономичным расходом топлива.

Грамотный подход к проведению подготовительных мероприятий по внедрению новой модели исчисления себестоимости позволит получить большой объем информации для принятия управленческих решений и решения задач управления качеством, непрерывного совершенствования производства

и сбыта, бизнес-процессов, а так же дает возможность управления накладными расходами. На основе этого можно сделать вывод о том, что концепция ABC позволяет получить более точную информацию об издержках, что обеспечивает руководителям возможность принимать более обоснованные решения и добиваться конкурентного превосходства на рынке сельскохозяйственной продукции.

Список литературы:

1. Гунько А.Ю., Гунько Т.И. Инновационные процессы в АПК: основа эффективности его деятельности // Актуальные проблемы социально-экономического развития СКФО 2013. — С. 46—51.
2. Дуракова А.С., Манжосова И.Б. Взаимосвязь системообразующих элементов концепции управленческого учета / Дуракова А.С., Манжосова И.Б. // Экономика и предпринимательство. — 2013. — № 12-4 (41-4). — С. 385—390.
3. Журнал «АПК: экономика, управление» // Управленческий учет — интегрированная внутрихозяйственная информационная система. — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://vniiesh.ru/publications/Stat/9538.html> (дата обращения 08.04.2014).
4. Костюкова Е.И., Яковенко В.С. Совершенствование учетной политики для повышения эффективности управления активами торговых организаций // Международный бухгалтерский учет. — 2012. — № 46 — С. 11—18.
5. Москаленко В. Сельское хозяйство в системе управленческого учета // Корреспондент.Нет. — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://blogs.korrespondent.net/users/blog/osvita3/a59570> (дата обращения 11.04.2014).

**АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ ПРИОРИТЕТНОГО
НАЦИОНАЛЬНОГО ПРОЕКТА «РАЗВИТИЕ АПК»
НА ДИНАМИКУ ПРОИЗВОДСТВА ПРОДУКЦИИ
СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РЕГИОНА
(НА ПРИМЕРЕ ОРЕНБУРГСКОЙ ОБЛАСТИ)**

Ефремова Елена Алексеевна

Прядкина Вера Алексеевна

*студенты 4 курса, кафедры ММиМЭ, ОГУ,
РФ, г. Оренбург
E-mail: elena6.9@mail.ru*

Туктамышева Лилия Мухаммадиевна

*научный руководитель, канд. экон. наук, доцент кафедры ММиМЭ, ОГУ,
РФ, г. Оренбург*

В России агропромышленный комплекс (АПК) является крупнейшим народнохозяйственным комплексом. Он оказывает огромное социально-экономическое влияние на развитие страны в целом и ее регионов в особенности для тех, где значительная доля сельского населения. От уровня развития агропромышленного комплекса зависит не только уровень жизни и благосостояние населения, но и продовольственная безопасность страны.

В России наблюдается тенденция отставания темпов развития агропромышленного комплекса от общих темпов роста экономики страны в целом. На низком уровне находится техническое оснащение агропромышленного комплекса.

Для того чтобы повысить устойчивость страны, создать условия для динамичного развития агропромышленного комплекса государство реализует различные проекты, направленные на развитие сельскохозяйственного сектора.

Одним из проектов, направленным на приоритетное развитие животноводства, преодоление демографического кризиса на селе, на борьбу с бедностью, создание современного конкурентоспособного сельхозпроизводства, а также на стимулирование развития малых форм агробизнеса, является приоритетный национальный проект «Развитие АПК». Роль

национального проекта возрастает в свете вступления России в ВТО, по условиям которой, вводятся ограничения на государственную поддержку АПК.

Особо значимым проект является для регионов с сельскохозяйственной специализацией, таких как Оренбургская область, где сельское хозяйство наравне с нефтяной и газовой промышленностью занимает лидирующее место, кроме того более 40 % населения в регионе проживает в сельской местности.

Показателем, в первую очередь, отражающим развитие сельского хозяйства, выступает объем производства сельскохозяйственной продукции. Так как Оренбургская область относится к зоне рискованного земледелия, а мероприятия проекта, в том числе направлены на нивелирование последствий природно-климатических факторов, то следует ожидать, что внедрение проекта оказало влияние на динамику объема производства сельскохозяйственной продукции. Изучение влияния национального проекта на динамику производства продукции сельского хозяйства региона позволит оценить эффективность мер, заложенных в проекте.

Изучению результатов реализации национального проекта в целом по стране посвятили свои исследования такие ученые как А. Сперанский, В. Баклаженко, С.Ю. Барсукова, А. Бережной, О. Брыкля, А.В. Гордеев и др.

Влияние проекта на развитие сельского хозяйства в разрезе отдельных регионов изучали такие ученые как Г. Бучаев, Н.П. Дьяченко, В. Нечаев, А. Семин, Н. Чайка и др.

Следует отметить, что в известных нам работах математически не обосновывается влияние национального проекта на динамику производства продукции сельского хозяйства. Для объективной оценки ситуации, повышения эффективности будущих проектов в сфере АПК необходимо применение математических методов для оценки влияния национального проекта на динамику производства продукции сельского хозяйства.

Одним из направлений национального проекта «Развитие АПК» выступало ускоренное развитие животноводства. Всего в рамках ПНП «Развитие АПК»

на все направления первоначально было выделено около 35 миллиардов рублей (в том числе на ускоренное развитие животноводства 14,63 млрд. руб.) [1].

По итогам реализации НПН «Развитие АПК» Оренбургская область является одним из регионов РФ, добившимся наилучших результатов по выполнению всех контрольных целевых показателей нацпроекта. Область успешно справилась с поставленными задачами и внесла существенный вклад в развитие отрасли животноводства, в формирование положительного образа села, привлекательного для молодых специалистов и инвесторов [5].

За два года сельхозпроизводители Оренбургской области на 16,3 % увеличили объем производства мяса, что составило 195 тыс. тонн. поголовье крупного рогатого скота сохранено на уровне 2005 г. Валовой сбор зерна в 2008 г. составил 3717,8 тыс. тонн. Сбор зерна по сравнению с 2006 г. увеличился на 1695,5 тыс. тонн (83,8 %). Объем производства скота и птицы на убой увеличился на 14,1 %, молока — на 10,7 %, яиц — на 12,2 % [5].

Наша задача определить, были ли эти позитивные тенденции связаны с национальным проектом.

Для исследования использованы данные о динамике производства продукции сельского хозяйства (млн. руб.) Оренбургской области за 2000—2013 гг. Рассмотрим зависимость продукции сельского хозяйства от времени (рис. 1).

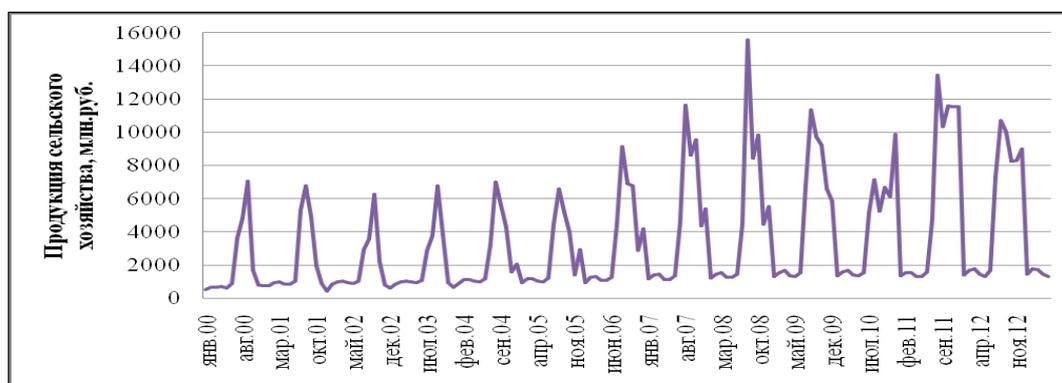


Рисунок 1. Ряд динамики продукции сельского хозяйства за 2000—2013 гг.

По графику четко прослеживаются сезонные колебания. С января по май наблюдаются минимальные значения объема продукции сельского хозяйства, наибольшее значение достигается в августе каждого года. Также видно увеличение объемов продукции сельского хозяйства с момента начала реализации ПНП «Развитие АПК».

Чтобы выявить влияния национального проекта на динамику производства продукции сельского хозяйства Оренбургской области предлагается построить математическую модель, в которую вводится фиктивная переменная, принимающая нулевое значение в период до начала реализации ПНП «Развитие АПК», равное единице — после.

$$z_t = \begin{cases} 0, & t < 01.01.2006г. \\ 1, & t \geq 01.01.2006г. \end{cases} \quad t = \overline{1, T}; \quad (1)$$

Для учета сезонности также введены фиктивные переменные.

$$d_{ii} = \begin{cases} 1, & \text{для } i\text{-го месяца} \\ 0, & \text{иначе} \end{cases}; \quad i = 6, 7, 8, 9, 10, \quad t = \overline{1, T}; \quad (2)$$

$$a_{ii} = d_{ii} \cdot z_t, \quad i = 1, 2, 3, 4, 5, 12. \quad (3)$$

Оценка модели выглядит следующим образом:

$$\begin{aligned} \hat{y}_t = & 36,54t - 1563,07d_{i6}t + 1732,47d_{i7} + 5656,59d_{i8} + \\ & + 4354,16d_{i9} + 3130,24d_{i10} - 2939,85a_{i1} - 2712,51a_{i2} - \\ & - 2698,45a_{i3} - 3008,67a_{i4} - 3104,78a_{i5} - 2941,99a_{i12}. \end{aligned} \quad (4)$$

Исследование показало адекватность модели выборочным данным. Все оценки коэффициентов модели и сама модель являются значимыми. Согласно модели, влияние проекта проявилось только в зимние месяцы, то есть, подтверждается влияние проекта именно на животноводство,

так как продукция сельского хозяйства в зимние месяцы (с декабря по май) состоит в основном из продукции отрасли животноводства.

Рассмотрим более подробно показатели производства продукции животноводства, а именно ряд динамики показателя «Скот и птица на убой в живом весе» (тыс. тонн). График зависимости показателя «Скот и птица на убой в живом весе» от времени представлен на рисунке 2.

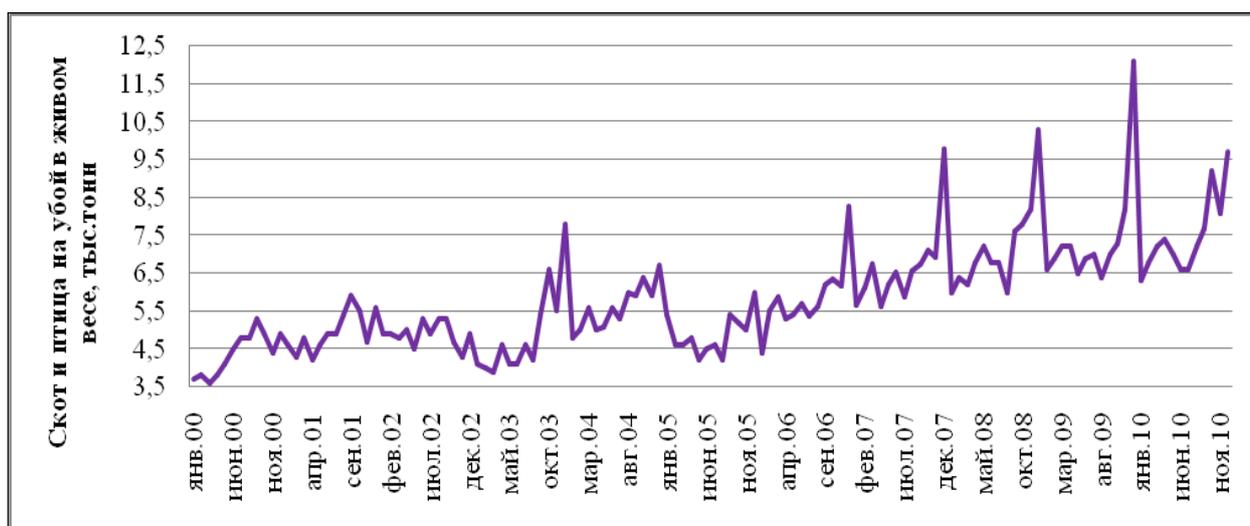


Рисунок 2. Ряд динамики показателя «Скот и птица на убой в живом весе» за 2000—2010 гг.

Начиная с 2006 года, визуально можно предположить постепенное увеличение живого веса скота и птицы, прослеживаются резкие скачки в декабре каждого года, чего не было до внедрения ПНП «Развитие АПК».

Чтобы сделать объективные выводы о влиянии национального проекта на динамику объема живого веса скота и птицы на убой в Оренбургской области построим математическую модель вида:

$$\hat{y}_t = 4,149 + 0,021 \cdot t + 0,664 \cdot z_t . \quad (5)$$

Исследование показало адекватность модели выборочным данным, оценки коэффициентов модели и сама модель являются значимыми. Согласно модели (5), проект оказывает значимое влияние на динамику показателя «Скот

и птица на убой в живом весе» (в среднем на 664 тонны больше, чем до реализации проекта). Объем живого веса скота и птицы после реализации проекта стабильно растет, увеличиваясь каждый месяц в среднем на 21 тонну.

$$\hat{y}_t = 4,076 + 0,025 \cdot t + 0,814 \cdot a_{t11} + 3,299a_{t12} - 0,664a_{t1}. \quad (6)$$

По модели (6) можно сделать вывод о том, что проект оказывает значимое влияние на динамику показателя «Скот и птица на убой в живом весе» в период с ноября по январь. Начиная с ноября, величина показателя растет, достигая своего максимального значения в декабре. В январе объем живого веса скота и птицы снижается, что характеризуется отрицательным значением коэффициента при фиктивной переменной a_{t1} .

Рассмотрим также динамику производства яиц (млн. штук). График зависимости производства яиц от времени представлен на рисунке 3.

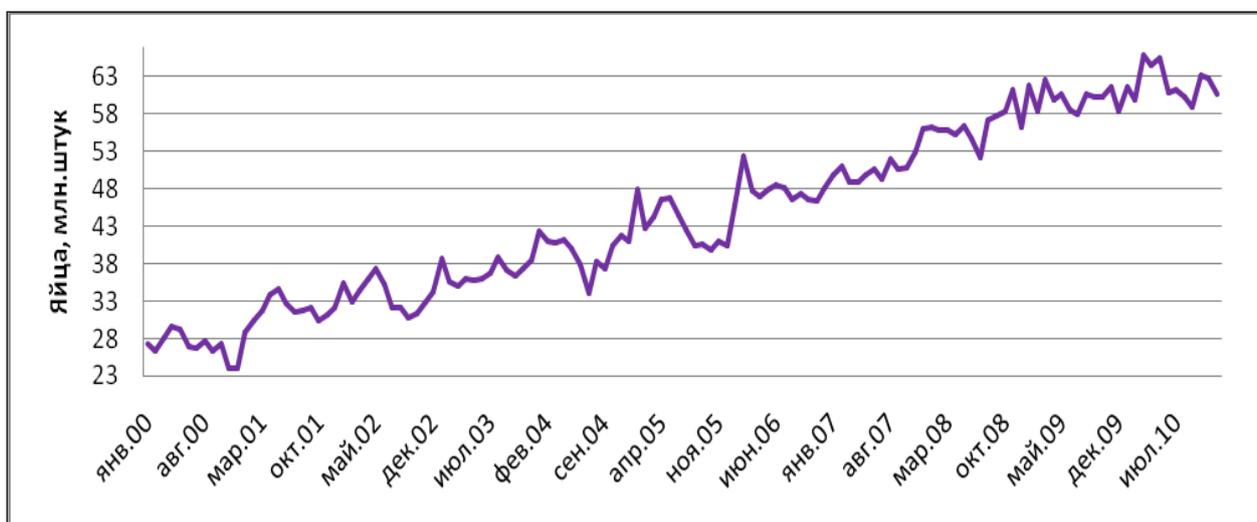


Рисунок 3. Ряд динамики показателя «Яйца» за 2000—2010 гг.

По графику наблюдается линейная тенденция увеличения количества яиц. Можно заметить, что наибольшее значение показателя до реализации проекта

«Развития АПК» наблюдалось в январе каждого года, а после 2006 года наибольшее значение приходится на февраль и март.

Чтобы выявить влияния национального проекта на динамику производства яиц Оренбургской области построим аналогичные модели.

$$\hat{y}_t = 25,641 + 0,266 \cdot t + 2,510 \cdot z_t ; \quad (7)$$

$$\hat{y}_t = 25,099 + 0,286 \cdot t + 2,250 \cdot a_{t1} + 2,405 a_{t2} + 2,250 a_{t3} . \quad (8)$$

Обе модели являются адекватными выборочным данным, все оценки коэффициентов моделей и сами модели являются значимыми.

Согласно модели (7), проект оказывает значимое влияние на динамику показателя «Яйца». Каждый месяц производство яиц увеличивается в среднем на 266 тысяч штук. По модели (8) можно сделать вывод о том, что проект оказывает значимое влияние на производство яиц в период с января по март.

Таким образом, в работе проанализировано влияние национального проекта «Развитие АПК» на динамику производства продукции сельского хозяйства Оренбургской области. На основе построенных математических моделей можно утверждать о значимом влиянии проекта на динамику производства продукции сельского хозяйства в период с декабря по май. Существенное влияние проект оказал на развитие отрасли животноводства.

Список литературы:

1. Барсукова С.Ю. Неформальные способы реализации формальных намерений, Или как реализуется Приоритетный национальный проект «Развитие АПК» // Препринт WP4/2007/02. М.: ГУ-ВШЭ, 2007. — 56 с.
2. Выступление А.В. Гордеева в Оренбургской области // «Крестьянские ведомости». — 2007 г. [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: <http://www.agronews.ru/print.php?id=34319> (дата обращения 20.08.2013 г.).

3. Реннер А.Г., Бантикова О.И., Бравичева О.С., Стебунова О.И., Туктамышева Л.М. Математические методы моделирования социально-экономических процессов (региональный аспект): учеб. Пособие. Самара: самнц РАН, 2008. — 182 с.
4. Реннер А.Г., Туктамышева Л.М. О математическом моделировании и прогнозировании динамики структуры показателей, характеризующих социально-экономические процессы Экономика и предпринимательство. — 2013. — № 5 (34). — С. 192—195.
5. Россия. Регионы-лидеры нацпроекта "Развитие АПК". ИТАР-ТАСС [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: <http://www.meat.su/?news/industry/details/1216> (дата обращения 23.08.2013 г.).

ОСОБЕННОСТИ И НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ФИНАНСОВОГО РЫНКА РОССИИ

Камбарова Екатерина Сергеевна

*студент учетно-финансового факультета
Ставропольского государственного аграрного университета,
РФ, г. Ставрополь
E-mail: kitty_of_dream@mail.ru*

Углицких Ольга Николаевна

*научный руководитель, канд. экон. наук, доцент, кафедра «Финансы, кредит
и страховое дело» Ставропольский государственный аграрный университет,
РФ, г. Ставрополь*

«Финансовый рынок — это сфера проявления экономических отношений между продавцами и покупателями финансовых (денежных) ресурсов и инвестиционных ценностей (то есть инструментов образования финансовых ресурсов), между их стоимостью и потребительной стоимостью» [4].

Финансовый рынок включает в себя такие рынки как валютный, рынок ценных бумаг, ссудных капиталов(денежный), и рынок золота. В общем финансовый рынок представляет собой организованную или неформальную систему торговли финансовыми инструментами, где осуществляется обмен деньгами, предоставляется кредит и мобилизуется капитал. Финансовые институты здесь играют основную роль, они направляют потоки денежных средств от кредиторов к заемщикам. И именно деньги и ценные бумаги являются товаром на данном рынке. Цель финансового рынка, как и любого другого рынка, — это установление непосредственных контактов между покупателями и продавцами финансовых ресурсов.

С развитием рыночной экономики перед Правительством РФ встал вопрос о необходимости совершенствования российского финансового рынка с целью поддержки его конкурентоспособности на мировом финансовом рынке.

Рассмотрев характер современного российского финансового рынка, можно выделить следующие его особенности:

- значительная разница в степени развитости регионов;
- социальная направленность;

- ограниченность используемых инструментов;
- в качестве финансовых агентов на финансовом рынке ведущее положение сохраняется за коммерческими банками;
- ограниченность финансового рынка двумя секторами. Первый представляет собой рынок иностранной валюты, где в большей мере вращаются доллары США. А второй — это рынок эмиссионных ценных бумаг, там производятся операции с государственными краткосрочными и долгосрочными обязательствами.

На сегодняшний день одной из приоритетных задач в области финансов РФ является создание в Москве мирового финансового центра. Еще в 2008 году Правительством была разработана Стратегия развития финансового рынка до 2020 года. Она предполагает, создание мирового финансового центра, который представлял бы собой систему взаимодействия организаций, нуждающихся в привлеченном капитале, с инвесторами, которые стремятся разместить свои денежные средства. Что и должно являться главной целью на долгосрочную перспективу.

Инновационный социально-ориентированный тип экономического развития определяет необходимость в создании мирового финансового центра на территории РФ. Это, как считают многие ученые, позволит России занять ведущие позиции на финансовых рынках евразийского пространства, будет обеспечен приток инвестиций с международного рынка капиталов, по средствам создание необходимых условий, все это обусловит рост торговых оборотов на рынке ценных бумаг и производных финансовых инструментов.

В результате создания подобного центра будут сосредоточены все основные инвестиционные, интеллектуальные и информационные ресурсы. Также произойдет концентрация финансовых услуг самого высокого мирового уровня, что, в свою очередь, обеспечит доступ к глобальным потокам капитала. Это все, обязательно, даст стимул для экономического роста нашей страны. А также это создаст необходимые предпосылки для того, чтобы российская

национальная денежная единица превратилась в одну из мировых резервных валют.

Согласно Стратегии развития, нужно реализовать до 2020 года такие задачи развития финансового рынка как:

Во-первых, повышение емкости и прозрачности финансового рынка; во-вторых, рыночная инфраструктура должна быть подвержена ряду преобразований, для обеспечения большей ее эффективности; в-третьих, существует реальная необходимость в совершенствовании налогового климата, что позволит сделать его более благоприятным для участников; и наконец, провести урегулирование правового вопроса на финансовом рынке.

Наличие предпосылки для участия в торгах розничных инвесторов, в первую очередь, послужит повышением емкости и прозрачности российского финансового рынка. А возможность использования частных сбережений в качестве инвестиций говорит о весьма высоком уровне жизни в данной стране, а также и о зрелости ее финансового рынка. Для достижения поставленной цели необходимо, чтобы государство обеспечило защиту прав и интересов розничных инвесторов.

Планируется, создание компенсационного фонда, формирующегося за счет взносов профессиональных участников рынка. И законодательно должно быть установлено, кто и при каких условиях имеет право на получение компенсационных выплат. Также необходимо предотвращать случаи создания финансовых пирамид и прочих злоупотреблений на финансовых рынках. Служба Банка России по финансовым рынкам, контролирующая ранее эту сферу экономических отношений, в соответствии с решением Совета директоров Банка России с 3 марта 2014 года была упразднена. Все ее функции будут разделены между созданными структурными подразделениями Банка России. Так полномочия по контролю и надзору за финансовым рынком возлагаются на Департамент финансового мониторинга и валютного контроля. Так же очень важно создать институт инвестиционных консультантов, потому что они оказывают большую помощь при выборе собственной инвестиционной

стратегии, а это является наиболее эффективным способом привлечения населения к финансовому рынку.

Чтобы обеспечить эффективность инфраструктуры финансового рынка предполагается унифицировать все сегменты финансового рынка, консолидировать биржевую и расчетно-депозитарную инфраструктуру и создать четкие правовые рамки осуществления клиринга.

Важно формировать условия для объединения биржевого рынка и концентрации на нем ликвидности. Здесь немаловажную роль имеет повышение стандартов биржевой торговли, которые включают раскрытие информации и противодействуют нерыночным практикам.

Система раскрытия информации должна включать правила и процедуры, установленные государством.

Этим данная задача пересекается с острой необходимостью совершенствования правового регулирования на финансовом рынке.

Эффективная правовая база — является важным звеном для развития финансового рынка. Уже разработан законопроект, который направлен на пресечение злоупотреблений инсайдерской информацией и манипулированием рынком.

Возможно, было бы целесообразно подготовить еще один проект, устанавливающий уже уголовную ответственность за недобросовестные операции на финансовом рынке и разглашение инсайдерской информации.

Так же предполагается снизить требования для выхода на рынок новых эмитентов, таких как наукоемкие, инвестиционные и инновационные компании. Как правило, инвестирование в подобные проекты несет огромный риск для большей части инвесторов, но ценные бумаги таких компаний могут быть привлекательны для отдельных групп квалифицированных инвесторов.

Помимо обозначенных выше изменений в Стратегии, так же большое внимание уделено повышению эффективности контрольно-надзорной деятельности Департаментов Банка России. Они должны проводить постоянный мониторинг применения законодательных норм деятельности

на финансовых рынках, и на этой основе совершенствовать нормативно-правовую базу.

Если будут решены все задачи, поставленные в «Стратегии развития финансового рынка Российской Федерации на период до 2020 года» то возможно уже через шесть лет будет создана надежная база долгосрочного роста российского финансового рынка. И можно будет говорить о формировании на его основе самостоятельного конкурентоспособного финансового центра, показатели развития которого будут превышать существующие на данный момент во много раз.

Однако, не все ведущие специалисты согласны с идеей создания мирового финансового центра именно в Москве. Так, директор департамента рейтингов финансовых институтов, Павел Самиев, считает более приоритетным создание мощного суверенного центра не исключительно в столице, а по всей стране. На его взгляд это должен быть емкий финансовый рынок, не зависящий от иностранных капиталов и способный составить достойную конкуренцию иностранным.

«Большим шагом к созданию в нашей стране международного финансового центра является объединение крупнейших российских бирж — ММВБ и РТС, которое произошло в 2012 году. Так президент ММВБ, Р.А. Аганбегян высказывает мнение, что в скором времени на российском рынке появятся представители стран СНГ и Восточной Европы, к тому же, объединенная биржа сможет заполнить «пробел» между Лондонской и Гонконгской биржей, которые работают в разных часовых поясах. Особенно это актуально в свете того, что торги сегодня продолжаются круглосуточно» [4].

Кроме того, предполагается, что в ближайшем будущем появятся от 4 до 6 крупных биржевых групп, преобладающих на мировом финансовом рынке, и чтобы попасть в них надо будет пройти жесткий отбор. Для того, чтобы у России появились шансы оказаться в их числе, необходимо уже сейчас решить ряд проблем, прописанных в Стратегии, качественно

усовершенствовать свой внутренний финансовый рынок и наладить глубокие партнерские связи с иностранными финансовыми площадками.

Подводя итог сказанному, видно, что еще предстоит долгая и скрупулезная работа. Понятно, что создание международного финансового центра, используя исключительно единовременные политические и административные решения, не представляется возможным. А если рассматривать опыт мировой практики, то получается, что подобные центры складываются только в тех регионах, где идет интенсивный экономический рост, а также создается благоприятная законодательная база и социальная среда.

Список литературы:

1. Пахомов С. Москва — международный финансовый центр / С. Пахомов // Бюджет. — 2009. — № 4. — 81 с.
2. Поляк Г.Б. Финансы — учеб./ изд. ЮНИТИ-ДАНА 2008. — 48 с.
3. Стратегия развития финансового рынка Российской Федерации / [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.cbr.ru/sbrfr/?PrId=archives> (дата обращения 20.03.2014).
4. Чекурова М. Слияние ММВБ и РТС — шаг к созданию мирового финансового центра. / М. Чекурова. // «Ведомости» 2011.

ВЗАИМОСВЯЗЬ ФИНАНСОВОЙ И ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМ НА ПРИМЕРЕ РОССИИ

Космачевская Анна Игоревна

*студент 4 курса, специальность «Мировая экономика» ДВФУ,
РФ, г. Владивосток
E-mail: alisas92@mail.ru*

Жабыко Людмила Ливерьевна

*научный руководитель, канд. экон. наук, доцент, ДВФУ,
РФ, г. Владивосток
E-mail: Liveriy54@mail.ru*

В настоящее время существует высокая зависимость сферы финансов от действий государства по ее регулированию. Это повысило ее роль при политическом выборе модели развития. Усиление взаимосвязи экономики и финансовых рынков произошло по причине взаимодействия национальных экономик через глобальный финансовый сектор. Так как увеличился доступ частных компаний и компаний государственного сектора к глобальному финансовому рынку, мировая экономическая система становится частью основания национальных экономик. Как следствие, финансовые рынки начали реагировать на изменения в национальных экономиках. Это заставило пересмотреть взаимоотношения мировых финансовой и экономической систем.

Взаимосвязь финансовой и экономической систем

То, что финансовая и экономическая системы находятся во взаимной связи и зависимости, является бесспорным утверждением. То, что уровень развития финансовой системы и темпы роста экономики также зависимы, является очевидным. Однако направленность и характер этой связи не однозначен. Экономисты не могут прийти к единому мнению — что является основанием для развития. Либо развитие финансовых систем служит рычагом для быстрого экономического роста [3], либо наоборот. Связь показателей развития финансовой и экономической систем подтвердилась исследованиями экспертов Мирового банка. Увеличение инвестиций приводит к повышению общей производительности.

Необходимость формирования модели экономического развития в современных условиях усиливает связь экономики и финансов. В настоящее время увеличивается количество структурных экономических проблем, вызванных обострением финансовых диспропорций. В таких условиях эффективность национальной экономики зависит от финансовой системы, возможностей финансовых институтов для бизнеса и населения. Это требует улучшения инвестиционного и делового климата экономики России. Национальные финансовые системы влияют на социально-экономическое развитие, контролируя его темпы и устойчивость.

Несмотря на то, что финансы усиленно воздействуют на экономику, уровень финансовой системы все-таки зависит от состояния экономики. Положения экономической теории о реальном и финансовом секторе ярко отразили современные финансовые кризисы.

Недавний кризис выразился в появлении пространственно-временных характеристик, особенностью которых явилась утрата возможности перераспределения финансовых рисков как в между государствами, так и во времени. Это требует перехода к новой экономической модели, которая предполагает эффективный механизм государственного и межгосударственного регулирования экономики при повышении согласованности действий мирового экономического сообщества. Такие модели требуют внедрения новых технологических инноваций с концентрацией финансовых ресурсов для их освоения.

Таким образом, мнение о изменении характера зависимости финансовой и экономической систем возникает из-за способности отраженных финансовых форм к самостоятельному существованию и воспроизводству на собственной основе. Однако многократное и многоуровневое отражение в финансовых инструментах возможно лишь при существовании и функционировании реального хозяйственного процесса.

Экономическая политика и финансовое обеспечение модернизации экономики России

Существуют две противоположные позиции ученых и политиков по вопросам формирования модели экономического развития. Одни связывают кризис с отсутствием активного вмешательства государства в управление экономикой, а другие — с неспособностью государства обеспечить правильное экономическое регулирование [2]. Однако неэффективность существующих инструментов государственного регулирования признают и те, и другие. Сложившиеся модели экономического развития на самом деле не были устойчивы к кризису.

Для России выбор модели развития осложняется еще и особым типом экономической нестабильности. Экономический рост восстановился, однако его темпы были выше, чем в развитых государствах, и ниже, чем в таких странах как Китай и Мексика. Темпы спада в России также были существенны, из-за чего усложнился процесс восстановления экономики [1].

Решение этих проблем возможно только при условии создания новой модели экономического развития. Конкурентоспособность этой модели должна определяться потенциалом не связанных с топливно-сырьевыми ресурсами внутренних источников финансирования, которые должны быть доступными для инвесторов. То есть необходим переход финансовой системы к абсолютно новой, которая будет активно содействовать экономическому росту, стимулировать модернизацию российской экономики, удовлетворять цели роста ее конкурентоспособности в глобальных финансах.

Сейчас практически воспроизводится старая экономическая модель, которая основывается на наличии финансовых ресурсов, источником которых является благоприятная внешнеэкономическая конъюнктура. Модификация этой модели с целью создания новой состоит только в первоначальных конфигурациях.

В качестве вероятных путей изменения финансовой системы России наиболее возможным считается использование ряда финансовых систем,

проведенных с позиции связи с реальным сектором и их возможности стимулировать и осуществлять инновации в ходе каких-либо стратегий поведения хозяйствующих субъектов.

Модернизация финансовой системы вызвана увеличением доходов и сбережений в экономике, установлением необходимого инвестиционного потенциала и достаточного уровня эффективности реального сектора. Из этого можно сделать вывод, что для России переход от финансовой системы ориентированной на банки, к финансированию через рынок капиталов маловероятен. Более вероятен переход через ускоренное развитие банковского сектора как в континентальной Европе.

Многие авторы, анализирующие возможности финансовой системы проводить инновации, делают вывод, что система, направленная на банки, приводит к установлению у них целей, связанных с финансированием долгосрочных инноваций, потенциал которых расширяется посредством накопления информации и компетенции. Системы, направленные на рынок капитала, в свою очередь, подразумевают реализацию инноваций через специальные рынки и инструменты. Однако в развивающихся экономиках возможна система, направленная на кредит с «установленной государством» процентной ставкой в сфере государственных финансовых инноваций.

Это помогает выявлению способностей финансирования инноваций посредством банковского кредита с дальнейшим развитием экономики. Реализация этих способностей довольно проста, даже невзирая на то, что относительная слабость финансового посредничества ограничивает их. Однако достаточно бесперспективной является надежда на развитие инновационных процессов на базе автономных процессов, при серьезной информационной недостаточности и существенных инвестиционных рисках в России. Увеличение роли государства и улучшение качества общественных институтов могут способствовать подчинению интересов экономических агентов общеэкономическим интересам, причем это должно заключаться в действенной политике стимулирования роста и инновационной модернизации

экономики (с помощью усиления и изменения структуры финансовой системы). Результативность данной политики должна определяться устойчивостью, согласованностью и системностью взаимодействия ее субъектов для предоставления необходимых финансовых условий роста экономики и улучшения ресурсной базы хозяйственного комплекса.

Список литературы:

1. Ранверсе Ф. Рыночное посредничество и финансирование предприятий через рынок акций // Проблемы прогнозирования. 2003, — № 5. — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.ecfor.ru/pdf.php?id=2003/5/09> (дата обращения 06.04.2014).
2. Российская экономика в 2010 году. Тенденции и перспективы. (Выпуск 32.) М.: Институт Гайдара, 2011. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://pensionreform.ru/files/1819/%D0%98%D0%AD%D0%9F%20%D0%B8%D0%BC.%20%D0%93%D0%B0%D0%B9%D0%B4%D0%B0%D1%80%D0%B0.%20%D0%A0%D0%BE%D1%81%D1%81%D0%B8%D0%B9%D1%81%D0%BA%D0%B0%D1%8F%20%D1%8D%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D0%B8%D0%BA%D0%B0%20%D0%B2%202010%20%D0%B3%D0%BE%D0%B4%D1%83.%20%D0%A2%D0%B5%D0%BD%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D1%86%D0%B8%D0%B8%20%D0%B8%20%D0%BF%D0%B5%D1%80%D1%81%D0%BF%D0%B5%D0%BA%D1%82%D0%B8%D0%B2%D1%8B.pdf> (дата обращения 08.04.2014)
3. Шумпетер Й. А. Теория экономического развития. М.: Прогресс, 1982. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://socioline.ru/book/j-shumpeter-teoriya-ekonomicheskogo-razvitiya> (дата обращения 10.04.2014).

КОНЦЕПЦИЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ, КАК КОНЦЕПЦИЯ ОПТИМАЛЬНОГО МАСШТАБА ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

Кулагина Карина Евгеньевна

студент 2 курса, кафедра УСС КемГУКИ,

РФ, г. Кемерово

E-mail: miss.kar1594@yandex.ru

Мухамедиева Светлана Анатольевна

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

РФ, г. Кемерово

В современных условиях туризм занял лидирующее место в мировой экономике, оказывая серьезное воздействие на развитие экономики отдельных регионов и стран. Однако следует заметить, что туризм — это очень сложный сектор экономики, так как производство турпродукта затрагивает экономику производства, сферы культуры, здравоохранения и другие отрасли социально-культурного сервиса.

Развитие туризма несет в себе положительные эффекты, в частности:

- растет уровень международных отношений, когда граждане страны обещаются с иностранными гражданами;
- растет уровень заработной платы в регионе, так как развитие туризма напрямую влияет на равновесие рынка труда;
- возрастает уровень импорта иностранной валюты;
- увеличивается число рабочих мест.

Но, кроме положительных эффектов от развития туризма возникают отрицательные эффекты — это ущерб историческим и природным памятникам и негативное воздействие экологического, экономического и социокультурного характера.

Учитывая отрицательные эффекты, существует необходимость решения проблем, которые провоцируют указанные эффекты на основе реализации концепции устойчивого развития мирового туризма.

В июне 1992 г. в Рио-де-Жанейро состоялась Конференция ООН по окружающей среде и развитию (ЮНСЕД). На данной конференции было принято очень важное и правильное как в экономическом, так и в экологическом смысле историческое решение об изменении курса развития всего мирового сообщества. Такое беспрецедентное решение принимали главы правительств 179 стран мира. Данное решение было обусловлено стремительно ухудшающейся глобальной экологической ситуацией и прогнозируемой на основе анализа ее динамики глобальной катастрофой, которая может привести к гибели всего живого на планете.

Термин «устойчивое развитие» является очень распространенным в современных условиях развития экономик различных стран. Термин получил широкое распространение после доклада, который был подготовлен для ООН в 1987 г. специально созданной Международной комиссией по окружающей среде и развитию в 1983 г.

В результате деятельности конференции 1992 года мировой экономикой в действие было принято пять основных документов:

- «Повестка дня на XXI век». В данном документе была представлена программа работы мирового сообщества, где было указано, что достижение устойчивого развития — это обязанность правительств всех стран, которая требует разработки новой национальной политики и программ в каждой отдельной стране;

- Декларация по окружающей среде и развитию. В ней говорится о том, что между странами должно развиваться новое справедливое глобальное партнерство через создание особо важных уровней сотрудничества, как между странами, так и между секторами экономики, между отдельными субъектами экономики;

- Конвенция о биоразнообразии. В данном документе предусмотрены меры по сохранению и устойчивому использованию биологического разнообразия в природной и в искусственной среде;

- Заявление о принципах в отношении лесов. В данном документе говорится о необходимости признания ключевой роли всех видов лесов в деле поддержания экологических процессов, а также процесса удовлетворения потребности экономических субъектов в энергии и различных видах сырья;

- Конвенция ООН об изменении климата. Данная конвенция исходит из того, что изменение климата Земли и его неблагоприятные последствия должны быть предметом общей озабоченности человечества [3, с. 149—151].

В России концепция перехода Российской Федерации к устойчивому развитию была утверждена Указом Президента № 440 от 1 апреля 1996 г. [4].

Основой концепции устойчивого развития в России, является задача максимального удовлетворения основных человеческих потребностей при сохранении глобальных систем жизнеобеспечения.

Главной идеей обеспечения устойчивого социально-экономического развития в настоящее время является управление потоками природных ресурсов, поскольку они являются наиболее важной и ценной составляющей туристических ресурсов, обеспечивая условия, как производственной туристической деятельности, так и непосредственно самих путешественников [5, с. 48—52].

С учетом нормативных документов касающихся указанной концепции в экономике России появилось три основных подхода:

- экономический подход, основан на теории максимального потока совокупного дохода и может быть использован при условии сохранения совокупного капитала, с помощью которого и производится этот доход, иначе говоря затраты на сохранения природного наследия России с развитием туризма не должны увеличиваться;

- социальная составляющая ориентирована на человека и направлена на сохранение стабильности прежде всего общественных, а также культурных систем. При этом должно происходить сокращение числа разрушительных конфликтов между людьми;

- экологический подход ориентирован на обеспечение устойчивого развития на основе целостности физических, биологических природных систем.

Таким образом, концепция устойчивого развития — представляет собой «систему взглядов на глобальное развитие, как всего мирового сообщества, так и отдельных его частей и отдельных государств» [6, с. 98].

В большинстве определений устойчивого развития, делается акцент на один из аспектов: устойчивость экономических выгод от использования природных богатств, важность сохранения физических свойств окружающей среды.

Выделяются критерии, которым должны соответствовать сценарии устойчивого развития:

- экономический рост поддерживается в течение всего периода;
- сокращается социально-экономическое неравенство между регионами;
- отношение «запасы — производство» для истощаемых носителей первичной энергии не уменьшается по сравнению с нынешним значением;
- сокращается долговременная нагрузка на окружающую среду.

Основной задачей устойчивого развития туризма провозглашено удовлетворение наиболее важных для жизни потребностей и устремлений человека средствами реализации функций туризма как специфического вида деятельности.

Сущность концепции устойчивого развития содержит в себе два ключевых взаимосвязанных понятия:

- понятие потребностей, в том числе приоритетных, необходимых для существования наиболее беднейших людей, как правило, через социальные формы туризма;

- понятие ресурсных ограничений, что заключается в способности окружающей среды удовлетворять нынешние и будущие потребности человечества. Основной составляющей ограничений в устойчивом развитии является природная окружающая среда [5].

Основными принципами концепции устойчивого развития являются:

- реализация концепции на основе этапов эволюции и подтверждаться долгосрочностью развития;
- экологическая корректность бизнеса или экологическая эффективность, через содействие сохранению и поэтапного воспроизводства целостности природы и культурного наследства, передающегося из поколения в поколение;
- гармоничность всех элементов устойчивого развития как социо-эколого-экономической системы;
- социальная справедливость доступа разных поколений к ресурсам: природных и искусственных, экономических, культурологических и социально-бытовых;
- динамический характер развития [5, с. 49].

Эти принципы диктуют призыв к выработке и соблюдению принципов в сфере туризма:

- путешествия и туризм должны помочь людям в достижении гармонии с природой;
- путешествия и туризм должны внести свой вклад в сохранение, защиту и восстановление экосистем;
- применение политики протекционизма (вмешательство государства в развитие данной сферы) в торговле туристским продуктом должна быть частично или полностью изменена;
- защита окружающей среды должно стать основным процессом в развитии туризма;
- проблемы развития туризма должны решаться с участием заинтересованных граждан (местных жителей), с планированием решений, принимаемых на местном уровне.

Проблемы устойчивого развития особенно актуальны для жителей страны, для уникальных природных объектов и явлений, природных резерватов, вовлеченных в туризм. Очень часто жители прилегающих к таким объектам территорий существуют только за счет поступлений от сферы туризма.

Анализ литературы по данной тематике позволили нам определить то, что в экономике выделяют две концепции оценки оптимального размера устойчивого развития:

во-первых, это антропоцентрический оптимум, при котором используется правило обеспечения роста, где предельное приращение выгод для людей от дополнительного физического капитала равно предельному приращению издержек для людей природного капитала, то есть издержки связанные с развитием туризма равны выгоде от реализованного турпродукта;

во-вторых, это биоцентрический оптимум, при котором необходимо избежание экологического коллапса или деградации, то есть издержки должны быть меньше, чем доход от развития сферы туризма, при неизменных туристских ресурсах, привлекаемых в процесс производства туристских благ.

Мы считаем, что оптимальный размер развития сферы туризма должен соответствовать биоцентрическому оптимуму.

Изучив материал, по данной проблеме, мы пришли к выводу, что концепция устойчивого развития, как концепция оптимального масштаба хозяйственной деятельности человека с использованием экономических ресурсов, должна обеспечивать оптимальный размер уровня экономической деятельности. Такой механизм может создавать предпосылки для передачи будущим поколениям минимального экономического, экологического и социального долга.

Переход сферы туризма к устойчивому развитию в нашей стране — это весьма длительный процесс, который потребует решения огромных по масштабу эколого-экономических и социальных задач.

Данный процесс должен осуществляться поэтапно:

- решение сложнейших социальных и экономических проблем оздоровления окружающей среды, в первую очередь в зонах экологического бедствия;
- существенная экологизация всего процесса экономического развития; гармонизация взаимодействия с природой всего мирового сообщества;

- развитие духовного потенциала трудовых ресурсов, развитие социальной сферы.

Таким образом, эффективное развитие сферы туризма на основе концепции устойчивого развития может быть достигнуто, в случае если туризм обеспечит качественные услуги, а регион или субъект страны, условия для развития туризма.

Поэтому в туристских дестинациях должны быть разработаны следующие меры:

- координация и усиление заинтересованности лиц;
- разработка инструментов оценки воздействия туризма на окружающую среду;
- разработка правил поведения туристов, достигающие утверждения на уровне регионов.

Указанные меры в виде ограничений приведут к разумному развитию сферы туризма без отрицательного воздействия на экологические составляющие.

Список литературы:

1. Гизатуллин Х.Н. Концепция устойчивого развития: новая экономическая парадигма — 1998 — № 5 — С. 124—130.
2. Доклад международной комиссии по окружающей среде и развитию «Наше общее будущее». М. Прогресс, 1989 г. — с. 131.
3. Максаковский В.П. Географическая картина мира: учеб. пособие. Ярославль: Верх. Волж. кн. изд-во, 1996. — 160 с.
4. Указ Президента Российской Федерации № 440 от 1 апреля 1996 г. «О концепции перехода Российской Федерации к устойчивому развитию». М., 1996.
5. Фадеева А.С. Концепция устойчивого развития туризма // Культура народов Причерноморья — 2006. — № 89. — С. 48—51.
6. Экономика: учебник / под. ред. Д.С. Львова, В.И. Видяпина: В 2 кн. Кн 2. М.: ГОУ ВПО «РЭА им. Г.В. Плеханова», 2008. — 464 с.
7. Экономика устойчивого развития: учеб. пособие. М.: Ступени, 2004 — 360 с.

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА В РОССИИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ РАЗВИТИЯ

Лисицына Инна Викторовна

Лашманова Дарья Владимировна

*студенты 2 курса, факультет экономики и финансов МЭСИ,
РФ, г. Москва
E-mail: Inna_4525@mail.ru*

Христолюбова Наталья Евгеньевна

*научный руководитель, доцент кафедры МЭ и МО МЭСИ,
РФ, г. Москва*

Как во всем мире, так и в России сельскохозяйственное производство является крайне важной экономической отраслью, которая обеспечивает население продовольствием, сырьем для других отраслей промышленности, а также помогает развивать внешнюю и внутреннюю торговлю. Это значит, что уровень развития сельского хозяйства является вопросом национальной безопасности, так как от него зависит уровень и качество жизни населения, функционирование отраслей экономики, особенно когда Россия стоит на пороге экономических и политических санкций.

За последние несколько лет сельскохозяйственная отрасль потерпела ряд изменений, связанных с совершенствованием механизмов господдержки, а также социальным развитием села. Вступление России в ВТО оказало сильное влияние на сельское хозяйство. С одной стороны это расширение рынка зерна и технических культур, с другой — усиление давления иностранными производителями, упадок отрасли. Без инноваций и переоснащения отечественное сельское хозяйство не способно конкурировать с дешевой иностранной сельскохозяйственной продукцией. «В настоящее время перед сельскохозяйственной отраслью стоит глобальная задача — снижение доли импорта и наращивание экспорта, что делает актуальной проблему модернизации и совершенствовании сельского хозяйства» [2].

Сегодня Россия на мировом продовольственном рынке — это крупный и авторитетный игрок, с мнением которого нельзя не считаться. Это особенно

важно, учитывая прогнозируемый глобальный рост потребности в продовольствии и угрозы голода в мире. «По данным информационного портала AGRONEWS Россия занимает пятое место по объему производства аграрной продукции в денежном выражении и составляет примерно 100 млрд. долларов, что почти в 5 раз меньше лидирующего Китая. Индия, США и Бразилия также опережают Россию по данному показателю, являясь в свою очередь крупными экспортерами разнообразной сельскохозяйственной продукции (диаграмма 1)» [5].

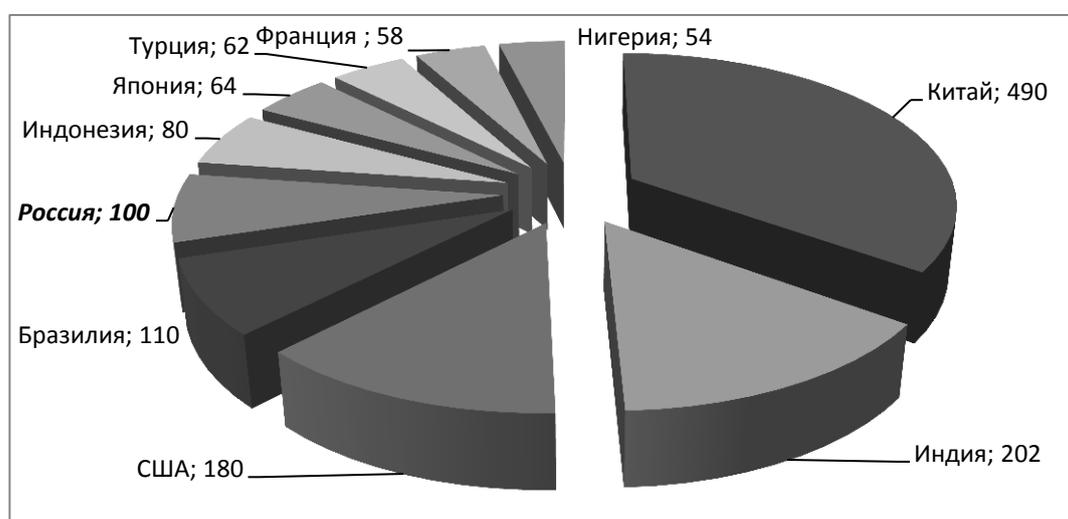


Диаграмма 1. Объем производства аграрной продукции в денежном выражении (млрд. долл.)

Ключевыми факторами, оказывающими воздействие на развитие и размещение сельского хозяйства являются климатические условия, уровень технологической оснащенности, численность занятых трудовых ресурсов, способы государственной поддержки и степень инвестирования сельскохозяйственного сектора.

В настоящее время, во многих ведущих странах, уделяется особое внимание инвестициям в сельскохозяйственные исследования и разработки. «Основными источниками инвестиций в сельское хозяйство выступают государственные и частные инвесторы, а также иностранные или внутренние. Большинство частных внутренних инвесторов являются фермерами,

и к настоящему времени они являются самым крупным источником инвестиций в сельское хозяйство в странах с низким и средним уровнями дохода. Внутренние государственные инвесторы, в первую очередь национальные правительства, представляют собой следующий самый крупный источник инвестиций в сельское хозяйство, за которым с большим отставанием следуют иностранные государственные инвесторы, например партнеры по развитию, и иностранные частные инвесторы, например корпорации» [3, с. 3].

«Основанием для правительств и партнеров по развитию вкладывать государственные средства в сельское хозяйство являются три взаимосвязанных типа пользы для общества, которые может принести повышение производительности сельского хозяйства: экономический рост и снижение уровней нищеты, продовольственная безопасность и безопасность питания и экологическая устойчивость» [3, с. 4].

Одной из самых эффективных форм государственного инвестирования являются инвестиции в сельскохозяйственные исследования и разработки. Это подтверждают данные исследований, в ходе которых сравнивалась степень воздействия сельскохозяйственных государственных расходов на производительность сельского хозяйства, а также на уровень нищеты в отличие от других расходов. По данным ФАО ООН, инвестиции в сельскохозяйственные НИОКР на 1 денежную единицу, приводит к увеличению объема сельскохозяйственного ВВП в 6,7 раз — в Китае, и в 6 раз — в Индии (рисунок 2).

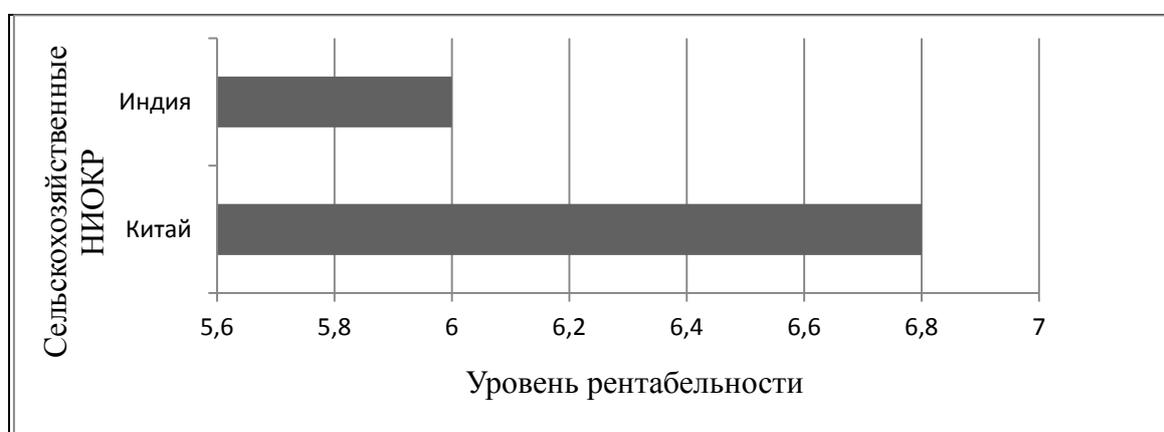


Рисунок 2. Рентабельность государственных расходов в виде роста производительности сельского хозяйства

В свою очередь, увеличение расходов в сельскохозяйственные НИОКР на 1 миллион рупий в Индии, приводит к уменьшению количества бедных людей на 70—80 человек. При инвестировании 10 000 юаней в Китае, уровень бедных людей сокращается на 10—11 человек (рисунок 3).

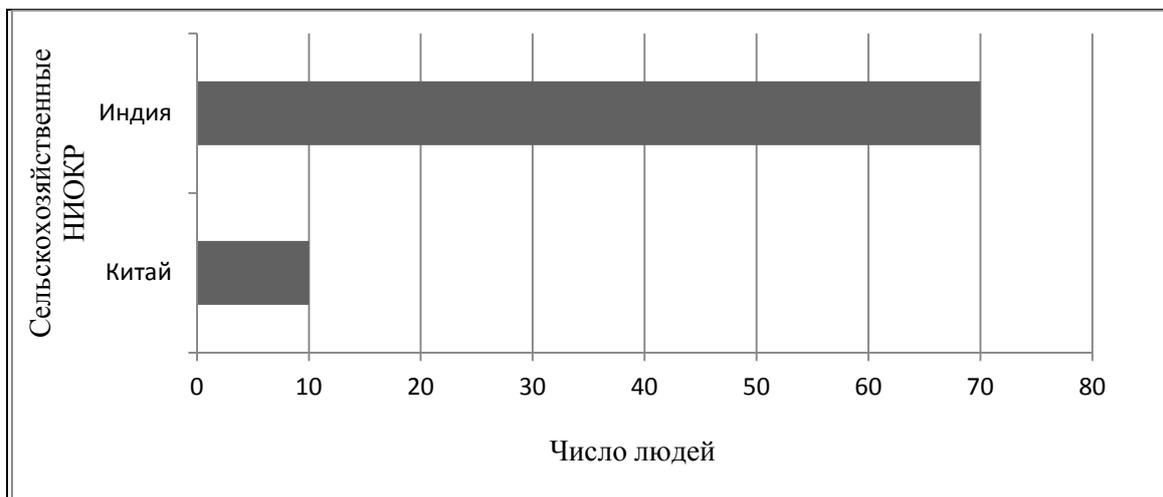


Рисунок 3. Рентабельность государственных расходов в виде снижения уровня нищеты

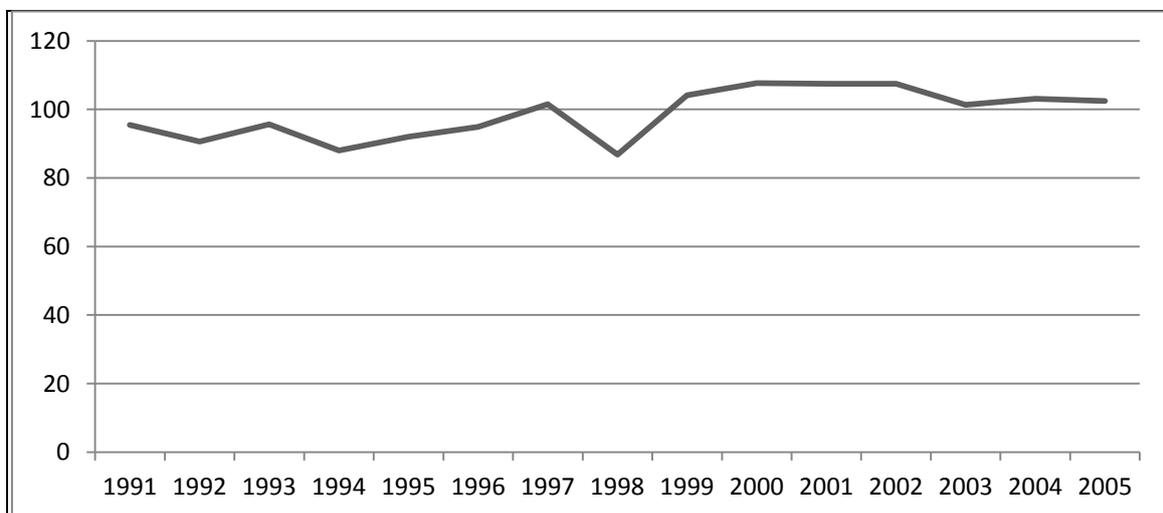
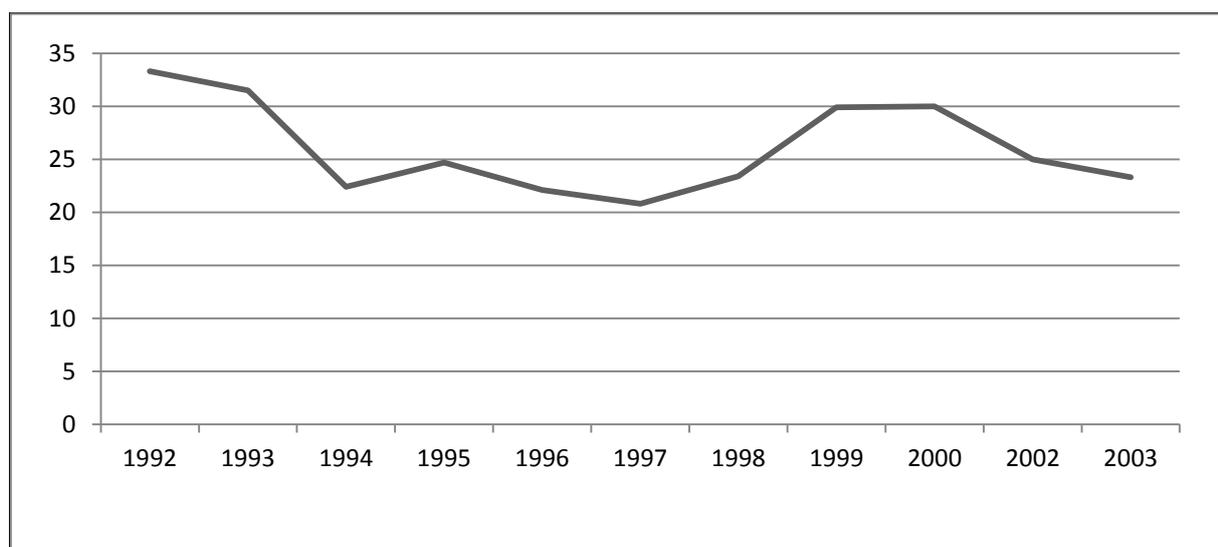


Диаграмма 2. Динамика валовой продукции сельского хозяйства (в % к предыдущему году)

Уровень инвестирования сельскохозяйственной отрасли в России, однозначно, неуклонно растет. Если в 1995 году он составлял 10 миллиардов рублей, то к 2013 году этот показатель вырос до 487 миллиардов рублей. «Однако, анализируя данные динамики валовой продукции сельского

хозяйства, можно сделать вывод, что данная отрасль имеет достаточно неустойчивое развитие, которая в 90-х годах сопровождалась сильным регрессом (диаграмма 2)» [1, с. 23].

Уровень бедности в России также не имеет определенной стабильной тенденции к снижению и является достаточно изменчивым показателем (диаграмма 3).



**Диаграмма 3. Уровень бедности в России
(в % от общей численности населения) [4]**

Также в сельскохозяйственной отрасли наблюдается тенденция снижения уровня занятости. Так если в 2000 году в сельском хозяйстве было занято 9,7 миллионов человек — больше, чем в торговле и управлении, то к 2012 году в торговлю и управление из сектора ушло 4,1 миллионов человек.

Таким образом, можно сделать вывод о том что, инвестирование сельскохозяйственной отрасли в России на данном этапе развития не является таким же эффективным как в развитых странах.

В связи с этим, на Международном экономическом форуме марта 2014 года, были высказаны идеи по поводу изменения государственной политики, благодаря которым она может перейти на инновационный путь развития в сельском хозяйстве. Для этого необходимо увеличение субсидирования кредитов до 2—3 %, сдерживание тарифов на естественные

монополии, а также укрепление позиций фермеров во власти. В настоящий момент в России сумма кредитов и процентов по ним превысила стоимость производимой за год продукции.

Опираясь на опыт европейских стран, можно сказать, что для эффективного функционирования сельскохозяйственной отрасли, государственная поддержка должна носить комплексный характер. Сам департамент сельского хозяйства должен представлять собой мощный направляющий и научно-исследовательский орган. Законодательная база должна обновляться в соответствии с требованиями обстоятельств.

Список литературы:

1. Марфенина Н.Н., Степанова С.А., Россия в окружающем мире: 2007 (Аналитический ежегодник): МНЭПУ, 2007
2. «Российская газета» Федеральный выпуск № 6278 (6).
3. Рейтинг самых крупных сельскохозяйственных стран мира // Agronews. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://agronews.by/news/interesting/7019.html> (дата обращения 01.04.2014).
4. Уровень жизни // Федеральная служба государственной статистики. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/population/level/# (дата обращения 07.04.2014).
5. ФАО ООН, «Положение дел в области продовольствия и сельского хозяйства», Рим, 2012 — 165 с.

РОЛЬ ЗАО АКБ «НАЦИОНАЛЬНЫЙ КЛИРИНГОВЫЙ ЦЕНТР» В РАЗВИТИИ ФИНАНСОВОГО РЫНКА

Лорсанова Хеда Адамовна

*студент 3 курса, кафедра финансы, кредит и страховое дело СтГАУ,
РФ, г. Ставрополь*

E-mail: hedushka.lorsanova@mail.ru

Углицких Ольга Николаевна

*научный руководитель, канд. экон. наук, доцент СтГАУ,
РФ, г. Ставрополь*

Создание Национального клирингового центра (НКЦ) как клиринговой организации — центрального контрагента (ЦК) было вызвано объективной необходимостью привести инфраструктуру российского финансового рынка, в том числе и в сфере клиринга, в соответствие с международными стандартами. Без этого нельзя было рассчитывать на успешную реализацию стратегии формирования в России биржевой площадки мирового уровня привлекательной как для собственных, так и для иностранных инвесторов.

Роль ЦК для биржевой торговли сложно переоценить, его основной функцией является аккумуляция всего кредитного риска рынка, что избавляет участников временных затрат процедур, обязательных при двусторонней торговле, связанных с оценкой, установлением лимитов и последующим мониторингом своих партнеров.

Центральный контрагент выступает стороной по каждой биржевой сделке, являясь продавцом для всех покупателей и покупателем для всех продавцов. Именно ЦК отвечает за выполнение обязательств перед добросовестными участниками торгов, вне зависимости от исполнения обязательств по заключенным сделкам другими участниками.

Поэтому ЦК должен быть хорошо капитализирован, иметь доступ к инструментам рефинансирования, и желательно, чтобы он обладал достаточными возможностями и квалифицированным персоналом для проведения операций на внебиржевом рынке. Только при этих условиях ЦК способен эффективно управлять системным кредитным риском, возникающим

в ходе торгов, и своевременно реализовывать процедуры дефолт-менеджмента [1].

По прошествии 6 лет можно смело утверждать, что НКЦ соответствует всем вышеперечисленным требованиям. Уровень капитала банка на сегодняшний день является одним из самых высоких в мире среди клиринговых организаций. За эти годы уставный капитал НКЦ увеличился почти в 10 раз — с 700 млн. руб. до 6,17 млрд., а собственные средства выросли с 715 млн. руб., до 13 млрд.

Благодаря наличию полноценной банковской лицензии НКЦ имеет прямой доступ к системе рефинансирования Банка России, чего лишена значительная часть клиринговых организаций мира, не являющихся банками.

В рамках общей стратегии Группы «Московская биржа» НКЦ реализовал ряд проектов, позволивших распространить его клиринговую деятельность, в том числе и функцию ЦК, практически на все сегменты организованного рынка. Так, с в 2011 г. на балансе банка был консолидирован клиринг фондового рынка, а в конце 2012 г. — срочного рынка Группы «Московская биржа» [3].

Осуществление подобного рода проектов привело к фактическому удвоению клиентской базы ЗАО АКБ «Национальный Клиринговый Центр». Если в конце 2010 г. число участников клиринга равнялось 487, то на 1 января 2013 г. клиентами банка стали в общей сложности 847 финансовых институтов.

ЗАО АКБ «Национальный Клиринговый Центр» — новое явление на российском финансовом рынке. Его создание Группой ММВБ в качестве отдельного юридического лица стало реальным шагом по развитию централизованного клиринга, при котором риски высоко капитализированного клирингового института будут отделены от рисков биржи.

Учреждение НКЦ — это не только целенаправленная акция ММВБ по повышению конкурентоспособности собственной биржевой инфраструктуры, но и предложение всем участникам других биржевых или внебиржевых

рынков воспользоваться услугами клирингового института, деятельность которого соответствует требованиям современных международных стандартов.

Назначение НКЦ — выполнение функций клирингового центра и центрального контрагента по всем заключенным сделкам.

Осуществление НКЦ указанных функций на финансовых рынках дает ряд преимуществ участникам, таких как:

- снижение рисков;
- уменьшение транзакционных издержек участников;
- осуществление клиринга на биржевых и на внебиржевых рынках;
- минимизация времени на проведение расчетов по итогам клиринга;
- возможность получения кредитов для участников при осуществлении расчетов по сделкам, заключенным на биржевом и внебиржевом рынках;
- правовая прозрачность заключения сделок: НКЦ становится стороной по всем сделкам, заключаемым участниками на различных сегментах финансового рынка; все нетто-обязательства рассчитываются по отношению к НКЦ; НКЦ отвечает по своим обязательствам перед участником вне зависимости от исполнения своих обязательств другими участниками;
- рост эффективности использования финансовых активов, за счет участия в гарантийных фондах и внесения частичного обеспечения [2].

Деятельность НКЦ позволяет осуществлять комплексное обслуживание участников различных сегментов финансового рынка.

Подобная универсализация деятельности НКЦ стала возможной благодаря проведению системной работы на основных направлениях развития банка. Например, в 2011 г. на валютном рынке Группы была внедрена принципиально новая система управления рисками (СУР), посредством которой осуществляется оценка рисков по всем инструментам валютного рынка.

Новая система управления рисками позволила участникам рынка снизить свои затраты и операционные издержки и при этом не привела к увеличению объема принимаемых банком рисков на данном сегменте финансового рынка.

Одним из важнейших событий не только для НКЦ и Групп «Московская биржа», но и в целом для российского финансового рынка стало присвоение банку в конце 2012 г. Международного кредитного рейтинга инвестиционного уровня. Агентство Fitch Ratings присвоило НКЦ долгосрочный рейтинг дефолта эмитента (РДЭ) по обязательствам в иностранной и национальной валюте на уровне «BBB» со стабильным прогнозом, а также долгосрочный рейтинг по национальной шкале «AA+(rus)», прогноз стабильный.

Серьезной проверкой соответствия НКЦ международным стандартам, которым должны отвечать центральные контрагенты, стало вступление банка в 2009 г. в члены Европейской ассоциации клиринговых домов — центральных контрагентов (ЕАСН) и в 2011 г. Всемирной ассоциации центральных контрагентов (ССР-12). На заседаниях Комитета по управлению рисками ЕАСН и высших органов управления ассоциаций были рассмотрены все аспекты деятельности НКЦ как центрального контрагента и сделаны выводы о ее соответствии стандартам управления рисками ЕАСН, рекомендациям Комитета по платежным и расчетным системам Банка международных расчетов и Технического комитета Международной организации комиссий по ценным бумагам.

В 2012 г. перед инфраструктурой мировых финансовых рынков, включая и НКЦ, были поставлены задачи дальнейшего совершенствования деятельности в связи с опубликованием рекомендаций CPSS-IOSCO «Принципы для инфраструктуры финансового рынка» и «Рамочные условия раскрытия информации и методология оценки». Первый документ содержит новые международные стандарты, установленные для объектов инфраструктуры финансовых рынков, включая платежные системы; центральных депозитариев ценных бумаг, систем расчетов по ценным бумагам, центральных контрагентов и торговых репозитариев.

«Рамочные условия раскрытия информации и методология оценки» предназначены для повышения прозрачности, объективности и соизмеримости

оценок выполнения инфраструктурой финансового рынка разработанных для нее новых принципов.

Ориентируясь на новые международные стандарты, в 2013 г. НКЦ ставит новую задачу — стать квалифицированным центральным контрагентом и получить данный статус от Банка России. Для достижения этой цели будет проделана огромная работа совместно с регулятором, ее результаты ощутят все участники биржевого рынка, в первую очередь наши клиенты-банки.

Кредитный риск квалифицированного ЦК в соответствии с новой регуляцией Банка России будет оцениваться как минимальный. Это, безусловно, окажет позитивное влияние на резервные отчисления банков в случае, если в своей деятельности они отдадут предпочтение использованию биржевых механизмов, а не операциям на внебиржевом рынке на двусторонней основе.

Список литературы:

1. Буренин А.Н. Рынок ценных бумаг и производных финансовых инструментов / А.Н. Буренин. М.: Научно-техническое общество им. акад. С.И. Вавилова, 2011. — 350 с.
2. Национальный Клиринговый Центр г. Москва [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://bankir.ru/bank/1402678#ixzz2zA2MiDF6> (дата обращения 10.04.2014).
3. Финансовое положение и устойчивость НКЦ как центрального контрагента [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.nkcbank.ru/viewCatalog.do?menuKey=5> (дата обращения 10.04.2014).

ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В НОВГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

Мелкумян Ирина Витальевна

*студент 3 курса, кафедра финансов, денежного обращения и кредита,
НовГУ им. Я. Мудрого,
РФ, г. Великий Новгород,
E-mail: irina_mv99@mail.ru*

Малое предпринимательство в настоящее время является одной из ключевых движущих сил каждого региона Российской Федерации, а также объективным фактором, показывающим его развитие. Вопросы, касающиеся увеличения доли малого предпринимательства, как динамично развивающегося сектора экономики субъекта РФ, были и остаются в поле пристального внимания правительственных структур, в связи с этим проблему развития малого предпринимательства в регионах считаю актуальной.

Важнейшим показателем, установленным российским законодательством, на основе которого предприятия (организации) относятся к субъектам малого предпринимательства — это численность рабочих. Для малых предприятий она составляет до ста человек включительно, а также среди них стоит выделить микропредприятия с численностью до пятнадцати человек [5].

Можно с уверенностью сказать, что за последние десятилетия число малых предприятий выросло в разы. Не помехой этому служит и последний экономический кризис и рост налогов. Малую форму предпринимательства сегодня выбирают начинающие бизнесмены, амбициозные и молодые люди, открывающие свое дело еще будучи студентом. Например, в Новгородской области, студент 4-го курса Университета Сервиса и Экономики Антон Капустин, открыл в городе современное такси GPS, вложив при этом всего 25 000 рублей (5 000 р. — ушло на оборудование, остальное он потратил на рекламу и оплату первого месяца работы своих сотрудников).

Отличительной чертой малого предпринимательства, как Новгородской области, так и самой России являются:

- Амбициозность;

- Инновационный характер;
- Мобильный характер [3].

Рассмотрим подробно современную ситуацию с малым предпринимательством Новгородской области за последние несколько лет, и выделим перспективные направления его развития.

Стоит сразу отметить рост объемов малого предпринимательства области, появление новых услуг и товаров, и формирование клиенто-ориентированного сервиса, чего раньше в городе не было.

Розничная торговля продуктами питания Новгородской области отличается быстрым ростом заполнения рынка большими сетевыми гигантами, такими как «Лента», «Магнит», «Вольный купец», что конечно сильно ударило по малому предпринимательству. Примером этого может быть наша область. Раньше индивидуальные предприниматели Крестец, Окуловки, Сольцов и т. д. обеспечивали 50 % рынка продуктов своего района. А сегодня на рынки районов пришли сетевые «Дикси», «Магнит» с более низкими ценами, с которыми обычный предприниматель не может конкурировать. Но здесь некоторые владельцы малого бизнеса нашли выход из сложившейся непростой ситуации — предложили области и отдаленным деревням услугу «автолавки» с приемлемыми ценами на продукты, которые они приобретают все в тех же сетевых магазинах.

Стоит отметить, и современную ситуацию на рынке индустрии красоты, которая сегодня в нашем регионе заполнена на 100%. На мой взгляд, в связи с этим перенасыщением создать собственный бизнес в этой сфере довольно проблематично.

За последние 5 лет вырос объем рынка флористических услуг. Новгородские предприниматели в этой сфере сегодня предлагают разнообразные услуги, большинство которых соответствует столичному уровню. Цветочные магазины в городе сегодня можно встретить на каждом углу, правда зачастую для новгородцев не хватает доступности (одна роза в Санкт-Петербурге стоит 50 рублей, а у нас от 90 рублей). Нет сегодня в городе и такой услуги

как «доставка» на дом, собственно это будет хорошей идеей для нового предпринимателя.

На мой взгляд, Новгородский рынок перенасыщен и фирмами общественного питания. За последние 3 года в город пришли столичные сетевые рестораны «Розарио», «Гурметто», «Тратория». Особое внимание можно уделить всевозможным «Суши шопам», «Суши маркетам», «Суши — сити» и т. д. что еще раз доказывает, что создать предприятие в этой области проблематично, ведь сложно будет получить достойную прибыль. Правда в этой сфере есть и незаполненные ниши: недорогие, студенческие кафе, например «Анти-кафе», которые уже давно завоевали свою популярность в стране.

Перенасыщен рынок и туристическими услугами. Сегодня в городе свою туристскую деятельность осуществляют все известные новгородские компании «Стиф» (20 лет на рынке), «Росновелтур» (15 лет), «Деметра» (12 лет). За последние годы к нам пришли известные на весь мир турагентства: Пегас, МДМ-тур. Только этим летом по данным Департамента туризма Новгородской области на территории города начало функционировать около 15 новых компаний. Так что получить и здесь высокую прибыль тоже сложно.

Стоит отметить и ситуацию на рынке аптечных и частных медицинских центров. Я думаю, здесь также наблюдается заполнение ниши более чем на 90 %. Свои позиции на рынке фармацевтических услуг прочно удерживают «Новгородфармацев», «Калина-фарм», приходят и новые. А если рассмотреть ситуацию с медицинскими центрами, то, мне кажется, больных новгородцев не хватает для стабильного роста этих компаний (к счастью). Хотя в целом нужно отметить, что новгородские медицинские центры предлагают гибкую ценовую политику, широкий спектр услуг [2].

Подведем мини итог: некоторые области рынка новгородского региона малого предпринимательства сегодня перенасыщен, в таких сферах сложно получить прибыль. Есть и минусы у таких компаний — нехватка специалистов (как в салонах красоты, так и сфере туризма), зачастую высокие цены,

отсутствие современных средств рекламы. Собственно, для формирования успешного малого предприятия необходимо учесть эти аспекты и открыть фирму в перспективных направлениях малого предпринимательства. По мнению современных экспертов области и страны, перспективными направлениями развития малого бизнеса региона могут стать сельское хозяйство и сфера услуг, но мне кажется, можно предложить малому бизнесу и еще несколько направлений развития.

Например, создание недорогих кафе, основой в такой отрасли может стать опыт столичных заведений. Такие кафе, где платят не за еду, а за то, время, что ты там провел. Также новым видом деятельности может стать и антикафе, где люди приходят найти собеседников по своим интересам, послушать выступления музыкальных групп или посетить выставку художников. Можно создать кафе, где посетители смогут еще и играть в настольные игры, мафию и другие. Примером уже существующего в городе такого заведения может служить новгородское кафе «Китри». Аудиторию подобных заведений составляют студенты, школьники, поэтому и цены должны быть для них приемлемыми. Можно с уверенностью сказать, что если использовать современные средства рекламы такое предприятие должно пользоваться успехом и приносить прибыль.

Сегодня одним из прибыльных и перспективных направлений малого бизнеса нашего региона является — оформление праздников. Этот рынок только начинает развиваться, в городе еще не так много компаний, которые могут предложить нечто особенное в этой сфере, а спрос между тем на эти услуги огромен. Новгородцы уже не представляют свадьбу без соответствующей декоративной атрибутики, не можем мы обойтись сегодня и без оформления фотосесий, без создания фотоуголков. Кстати, перспективным направлением может стать создание в городе компании, которая занималась бы оформлением фотосесий как для детских так и для взрослых праздников.

Еще одной незаполненной рыночной нишей могут стать детские развивающие центры и частные садики. Аудиторией таких заведений с одной стороны могут стать обеспеченные новгородцы, которые не хотят отдавать своих детишек в обычный садик и самые рядовые мамочки, которые заботятся о полноценном развитии своего ребёнка с первых месяцев его жизни. Поводом к созданию частных садиков может стать и сама тенденция, когда подобных учреждений для всех не хватает, если создать альтернативный частный садик, да еще и привлечь педагогов, которых знает город, то дело пойдет. Сами детские развивающие центры уже давно завоевали свою популярность в нашей стране. Предприниматели в данном случае просто играют на чувствах самих мамочек, ведь ходить в такой центр и модно, и полезно. К этим двум педагогическим направлениям можно еще принести и идею проведения различных мастер-классов, ведь уже в большинстве городов подобные мероприятия приносят колоссальную прибыль. Это в первую очередь связано с появлением моды на рукоделия: вышивание крестиком, декупаж, валяние из шерсти, изготовление изделий из полимерной глины. Эти же занятия можно проводить в детских центрах для тех же мам с их детками [4].

В Великом Новгороде сегодня можно задуматься и о создании частной мини-гостиницы. Почему это выгодно, спросите вы? Первая причина связана с небывало высокими ценами на номера в существующих гостиницах города, например в «Park Inn». Такие отели не могут себе позволить студенты, школьники, пенсионеры или паломники, а ведь именно эта аудитория приезжает к нам в город, именно эта категория населения нашей страны ориентирована на наш туризм. В городе сегодня нет ни одного нормально работающего хостела, не сдаются комнаты туристам и в общежитиях, поэтому если позволяют средства молодой предприниматель может создать небольшую гостиницу. Так как мы определили, что основная аудитория такого заведения — молодые и подвижные люди, то гостиница будет пользоваться спросом круглый год. А еще для того чтобы увеличить прибыль можно предложить огромное число дополнительных услуг посетителям: мастер-классы,

культурные мероприятия, можно знакомить постояльцев и с традициями города. Уверена, такое малое предприятие будет рентабельным.

В последнее время усиливается тенденция к росту желания быть на природе, нам хочется выезжать самим на пикники, показывать детишкам лес, домашних животных, поэтому по всей нашей стране открываются небольшие частные зоопарки, которые приносят своим владельцам и прибыль, и удовольствие от содержания домашних питомцев. Эта идея будет актуальной и для нашего региона, где есть все необходимые условия для того чтобы создать такое заведение. В области сегодня функционирует только 3 подобных заведения, что явно не достаточно, к тому же существующие зоопарки ни как не дают своей рекламы, поэтому многие о них не знают. На мой взгляд, достаточно будет создать недалеко от города небольшую ферму, куда бы приезжали родители со своими детишками, чтобы посмотреть на животных (для совсем маленьких посетителей достаточно будет обычной овечки, курочки, козочки), чтобы аудитория постарше приезжала можно завести на ферме страуса, верблюда и еще нескольких диких животных. Для взрослой аудитории можно приготовить площадку для развлечений, например стены для скалолазания, также можно благоустроить территорию, чтобы здесь можно было устраивать пикники. Саму же ферму можно сделать в традиционном русском стиле, или, наоборот, в стиле альпийских деревушек.

Изучение перспективных направлений развития малого предпринимательства позволяет сделать вывод, что на Новгородской земле можно создать предприятия различных направлений и профилей. Новгородский рынок не заполнен современными услугами населению и не предоставляет жителям региона новых товаров. Тогда как сфера услуг салонов красоты, сетевых продуктовых магазинов, кафе и ресторанов уже заполнена на 100%. Мне кажется, что для получения прибыли малый бизнес области должен принести нечто новое. И в данном случае можно ориентироваться на столичный рынок услуг и товаров, и копировать вводимые там новшества.

Малый бизнес региона не должен забывать и о возможном кризисе в экономике мира и нашей страны в частности. Поэтому руководители таких предприятий должны быть, как никогда мобильны и открыты для новых веяний. А государству нашему необходимо приложить максимум усилий, чтобы перспективные направления развития малого предпринимательства стали реальными, а не вязли в административном ресурсе, бюрократизме и непосильном налоговом гнете, как происходит это у нас в регионе.

Список литературы:

1. Афанасьева Т.П., Буев В.В., Пуденко Т.И. Анализ состояния внешней среды малого предпринимательства в России, Москва 2011.
2. Малый бизнес Новгородского региона // Портал Правительства Новгородской области. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.adm.nov.ru/mb/mbparse.jsp?uid=9D1CADB7DEF8C589C32574EB004726C8>
3. Малый бизнес. Организация, экономика, управление. Учебник / Под ред. Горфинкеля В.Я. М: Юнити, 2012 г.
4. Новгородский Центр Поддержки Предпринимательства Новгородской области, [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.ncpp.ru/>
5. Федеральный закон РФ «О развитии малого и среднего предпринимательства в РФ» от 24.07.2007 № 209-ФЗ.

**ОБЯЗАННОСТИ И ПРИЧИНЫ ИХ НАРУШЕНИЯ,
А ТАКЖЕ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ,
ПРЕДУСМОТРЕННАЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВОМ О НАЛОГАХ
И СБОРАХ, В ОТНОШЕНИИ БАНКОВ,
КАК СПЕЦИФИЧЕСКИХ СУБЪЕКТОВ НАЛОГОВЫХ ОТНОШЕНИЙ**

Миронов Александр Сергеевич

студент 4 курса, кафедра Налогов и налогообложения, МЭСИ,

РФ, г. Москва

E-mail: gigtar@rambler.ru

Сычёва Елена Ивановна

научный руководитель, старший преподаватель,

кафедра Налогов и налогообложения, МЭСИ,

РФ, г. Москва

Согласно абз. 9 п. 2 ст. 11 Налогового кодекса Российской Федерации, банками являются коммерческие банки и другие кредитные организации, имеющие лицензию Центрального банка Российской Федерации.

В налоговых правоотношениях банки обладают особым статусом, который складывается из трёх составляющих:

- налогоплательщика, главной обязанностью которого является уплата им законно установленных налогов и сборов (пп. 1 п. 1 ст. 23 НК РФ);
- налогового агента, главной обязанностью которого является исчисление, удержание у налогоплательщика и перечисление налогов в бюджетную систему Российской Федерации (п. 1 ст. 24 НК РФ);
- посредника между налогоплательщиками, плательщиками сборов и бюджетной системой Российской Федерации. Данный статус заключается в специфических обязанностях банков, предусмотренных налоговым законодательством и вытекающих из особенностей отношений между банком и клиентом.

Основной обязанностью банков, в соответствии с п. 1 ст. 60 НК РФ, является обязанность исполнять поручения налогоплательщиков на перечисление налогов в бюджетную систему Российской Федерации на соответствующие счета Федерального казначейства, а также поручения налоговых

органов на перечисление налогов в бюджетную систему Российской Федерации за счет денежных средств (электронных денежных средств) налогоплательщика или налогового агента.

В целях обеспечения исполнения налоговой обязанности налогоплательщика, банк обязан исполнять решения налогового органа о приостановлении операций по счетам индивидуальных предпринимателей и организаций (п. 6 ст. 76 НК РФ).

В тоже время банки исполняют обязанности, связанные с налоговым контролем. Налоговым контролем, в соответствии со ст. 82 НК РФ, признается деятельность, осуществляемая уполномоченными органами, по контролю за соблюдением налогоплательщиками, налоговыми агентами и плательщиками сборов законодательства о налогах и сборах. Согласно ст. 86 НК РФ, банки:

- открывают счета индивидуальным предпринимателям и организациям и предоставляют им право использовать корпоративные электронные средства платежа для переводов электронных денежных средств.

- Сообщают об открытии или о закрытии счета, об изменении реквизитов счета индивидуального предпринимателя, организации, о предоставлении права или прекращении права индивидуального предпринимателя, организации использовать корпоративные электронные средства платежа для переводов электронных денежных средств, об изменении реквизитов корпоративного электронного средства платежа в электронной форме в налоговый орган по месту своего нахождения.

- выдают налоговым органам справки о наличии счетов, вкладов (депозитов) в банке и (или) об остатках денежных средств на счетах, вкладах (депозитах), выписки по операциям на счетах, по вкладам (депозитам) индивидуальных предпринимателей и организаций, а также справки о переводах и остатках электронных денежных средств.

Кроме того, с 01.07.2014 г. налоговые органы в целях налогового контроля смогут запросить справки о наличии счетов, вкладов (депозитов) и (или) об остатках денежных средств на счетах, вкладах (депозитах), а также выписки

по операциям на счетах, по вкладам (депозитам) в банке физических лиц, не являющихся индивидуальными предпринимателями.

Таким образом банки обладают целым комплексом обязанностей, предусмотренных налоговым законодательством, а, в виду их особой роли в налоговых правоотношениях, собираемость налогов во многом зависит от того насколько добросовестно они эти обязанности выполняют.

За нарушение банками обязанностей, предусмотренных налоговым законодательством, они привлекаются к налоговой ответственности, а их должностные лица к административной и уголовной ответственности.

По многим основаниям правонарушений установлены диапазоны штрафных санкций или основания правонарушения разбиты на различные составы правонарушения, по каждому из которых установлена своя штрафная санкция. В целях демонстрации общей информации о санкциях за правонарушения ограничимся указанием максимальных размеров штрафов по каждому основанию, не углубляясь в подробности составов данных правонарушений. Этого будет достаточно, чтобы дать общую характеристику системе ответственности за нарушения банками обязанностей, предусмотренных НК РФ.

С соответствии с главой 18 НК РФ и главой 15 КоАП РФ:

- за нарушение банком порядка открытия счета налогоплательщику — 40 тысяч рублей (ст. 132 НК РФ), а для должностных лиц банка — три тысячи рублей (ст. 15.7 КоАП РФ);

- за нарушение срока исполнения поручения налогового органа или налогоплательщика о перечислении налога (сбора), пеней, штрафа, авансового платежа — одна стопятидесятая ставки рефинансирования Центрального банка Российской Федерации, но не более 0,2 процента за каждый календарный день просрочки (ст. 133, п. 1 ст. 135 НК РФ), для должностных лиц банка — пять тысяч рублей (ст. 15.8 КоАП РФ);

- за неисполнение банком решения налогового органа о приостановлении операций по счетам налогоплательщика, налогового агента, плательщика

сбора — не более суммы задолженности (ст. 134 НК РФ), а для должностных лиц банка — три тысячи рублей (ст. 15.9 КоАП РФ);

- за создание банком ситуации отсутствия денежных средств на счете, а также остатка электронных денежных средств налогоплательщика, налогового агента или плательщика сбора, на взыскание которых в банк было передано поручение налогового органа, — 30 процентов не поступившей в результате таких действий суммы (п. 1 ст. 135, п. 5 ст. 135.2 НК РФ);

- за непредставление банком справок (выписок) по счетам и операциям по ним в налоговый орган — 20 тысяч рублей (ст. 135.1 НК РФ), а для должностных лиц банка — пятьсот рублей (ст. 15.6 КоАП РФ);

- за нарушение банком обязанностей, связанных с электронными денежными средствами — 40 тысяч рублей (ст. 135.2 НК РФ);

Уголовная ответственность предусмотрена в отношении должностных лиц банков за совершенное в крупном размере сокрытие имущества либо денежных средств индивидуального предпринимателя, организации, за счет которых должно было производиться взыскание налогов и (или) сборов.

В соответствии с абз. 3 п. 2 ст. 169 УК РФ, крупным размером, доходом, ущербом, либо задолженностью в крупном размере признаются стоимость, доход, ущерб, либо задолженность в сумме, превышающей один миллион пятьсот тысяч рублей.

За совершение указанного преступления предусмотрен штраф в размере от двухсот до пятисот тысяч рублей или в размере заработной платы или иного дохода осужденного за период от восемнадцати месяцев до трех лет, либо принудительные работы на срок до пяти лет с лишением права занимать определенные должности или заниматься определенной деятельностью на срок до трех лет или без такового, либо лишение свободы на срок до пяти лет с лишением права занимать определенные должности или заниматься определенной деятельностью на срок до трех лет или без такового (ст. 199.2 УК РФ).

В п. 4.1 ст. 60 НК РФ указано, что неоднократное нарушение обязанностей по исполнению поручений по перечислению налогов и сборов в течение одного календарного года является основанием для обращения налогового органа в Центральный банк Российской Федерации с ходатайством об отзыве лицензии на осуществление банковских операций. В отношении нарушения остальных обязанностей действует общее правило, изложенное в п. 6 части первой ст. 20 Федерального закона от 02.12.1990 № 395-1 «О банках и банковской деятельности».

В соответствии с п. 6 части первой ст. 20 Федерального закона «О банках и банковской деятельности», Банк России имеет право отозвать у кредитной организации лицензию на осуществление банковских операций, если в течение одного года в отношении указанной кредитной организации неоднократно применялись меры, предусмотренные Федеральным законом от 10.07.2002 № 86-ФЗ «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)».

К указанным мерам относятся меры, перечисленные в ст. 74 Федерального закона «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)», согласно которой в случаях нарушения кредитной организацией федеральных законов и издаваемых в соответствии с ними нормативных актов и предписаний Банка России, а также непредоставления информации, представления недостоверной или неполной информации Центральный банк Российской Федерации имеет право требовать устранения выявленных нарушений, ограничивать проведение отдельных операций, а также оштрафовать кредитную организацию до 0,1 процента минимального размера уставного капитала.

Таким образом, можно констатировать факт, что ответственность банков и их должностных лиц за нарушение ими обязанностей, предусмотренной налоговым законодательством, очень невелика. Следовательно, если клиент предложит своему банку вознаграждение за сотрудничество с целью совершить правонарушение для уменьшения суммы своих налогов, то с высокой долей вероятности банк заинтересует такое предложение.

«В других государствах имеет место иная политика в отношении нарушений банками налогового законодательства. В январе 2013 года старейший швейцарский банк Wegelin & Co был признан американским судом виновным в том, что не препятствовал уходу от налогов своих американских клиентов. Из общей суммы штрафа 22 млн. долларов приходится на сам штраф по уголовному обвинению, еще 15,8 млн. долларов банк, по материалам следствия, заработал на помощи налоговым уклонистам. Кроме того, банк обязали перечислить в американский бюджет 20 млн. долларов, которые скрыли налогоплательщики. Дополнительно 16,2 млн. долларов банк направит властям на компенсацию. Таким образом штраф за нарушение налогового законодательства США составил 74 млн. долларов» [4].

«В июне 2013 года Французские власти оштрафовали местное подразделение крупнейшего швейцарского банка UBS на 10 млн. евро, или 13 млн. долларов, за слабый внутренний контроль, который позволил сотрудникам отдела продаж банка помогать французским клиентам уклоняться от уплаты налогов» [1].

«В июле 2013 года власти США оштрафовали банк Лихтенштейна Liechtensteinische Landesbank на 23,8 млн. долларов за помощь, которую банк оказывал гражданам этой страны в уклонении от уплаты налогов. Выплата этой компенсации освободит банк от грозящего ему уголовного преследования. Штраф, наложенный на кредитное учреждение, составляет 16,3 млн. долларов — эта сумма, которую банк заработал на управлении счетами американцев, а еще 7,5 млн. долларов ему придется выплатить в качестве компенсации налогов, недополученных казной США в результате деятельности банка» [9].

«В феврале 2014 США открыли расследование в отношении другого швейцарского банка Credit Suisse по обвинению в оказании помощи в уклонении от уплаты налогов гражданам США. Credit Suisse признал вину в нарушении законодательства США и согласился выплатить 196 млн. долларов для внесудебного урегулирования претензий» [10].

Специалисты в области налогообложения и финансового права сложившуюся в настоящий момент в России вышеописанную ситуацию объясняют лояльной политикой государства в отношении организаций финансового сектора экономики. По их мнению, представители законодательной власти нередко используют лоббистские инструменты с целью принятия удобного вышеобозначенным организациям законодательства. Однако, в последнее время, в политике Банка России наблюдаются положительные тенденции в изменении сложившейся ситуации.

Список литературы:

1. Информационное агентство Bankir.Ru. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://bankir.ru/novosti/s/ubs-oshtrafovano-na-13-mln-zaklonenie-ot-nalogo-10048578> (дата обращения 30.03.2014).
2. Кодекс об административных правонарушениях Российской Федерации.
3. Налоговый кодекс Российской Федерации.
4. Служба новостей экономики телеканала "Россия". [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.vestifinance.ru/articles/24324> (дата обращения 30.03.2014).
5. Уголовный кодекс Российской Федерации.
6. Федеральный закон от 02.12.1990 № 395-1 «О банках и банковской деятельности».
7. Федеральный закон от 10.07.2002 № 86-ФЗ «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)».
8. Федеральный закон от 28.06.2013 № 134-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в части противодействия незаконным финансовым операциям».
9. Экспертная юридическая система LEXPRO. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.lexpro.ru/news/view/4240> (дата обращения 30.03.2014).
10. Электронное периодическое издание Газета.Ru. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://www.gazeta.ru/business/news/2014/02/21/n_5965893.shtml (дата обращения 30.03.2014).

УЧЕТНАЯ ПОЛИТИКА И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ РЕШЕНИЯ В КРАТКОСРОЧНОМ И ДОЛГОСРОЧНОМ ПЕРИОДАХ

Мосунов Игорь Геннадьевич

*студент 3 курса, заочный факультет менеджмента и бизнес-информатики
Финансового Университета при правительстве,
РФ, г. Челябинск
E-mail: mig_1964@bk.ru*

Динмухаметова Дания Фуатовна

*научный руководитель, канд. экон. наук, доцент
Финансового Университета при правительстве,
РФ, г. Челябинск*

Термин «учетная политика» первоначально стал применяться в конце восьмидесятых годов в качестве вольного перевода на русский язык словосочетания «accounting policy», которое используется Комитетом по международным стандартам бухгалтерского учета. С 1992 г. термин использовался в Положении по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в Российской Федерации. В настоящее время этот термин закреплён в действующем Федеральном законе «О бухгалтерском учете» № 402 от 06.12.2011 г., согласно которому, учетная политика предприятия — это совокупность способов ведения экономическим субъектом бухгалтерского учета [8, ст. 8.1].

В данной статье будет рассмотрена взаимосвязь между принципами учетной политики и принятием управленческих решений, ориентированных на развитие предприятия и повышение его конкурентоспособности.

Актуальность рассматриваемого вопроса состоит в том, что учетная политика служит одним из основных средств формирования величины показателей деятельности организации, а также позволяет провести сравнительный анализ показателей деятельности предприятия в различные периоды.

Постперестроечное развитие рыночных отношений в российской экономике потребовало от предприятий существенного пересмотра всей системы хозяйствования. Система учета, планирования и экономического

анализа, существовавшая в условиях плановой экономики не отвечала требованиям новых рыночных отношений. Одним из результатов приватизации стала возросшая ответственность всех звеньев управления предприятием за эффективность его производственной и финансовой деятельности, что повлекло коренную перестройку функционирования экономических служб. Если в условиях административно-командной системы планирование на любом предприятии осуществлялось сверху, командными методами, то в условиях рыночной экономики руководство не только принимает конкретные управленческие решения, но также несет за них полную ответственность.

В связи с этим для многих предприятий возникла необходимость в пересмотре принципов учетной политики, оказывающей существенное влияние на количественные показатели прибыли, себестоимость продукции, формирование цен, налоговое планирование, а также эффективное использование материальных, финансовых и трудовых ресурсов.

Учетная политика представляет собой совокупность основных и наиболее важных документов, которые устанавливают правила ведения бухгалтерского учета на предприятии. Ее можно назвать технологией сбора и обработки информации о фактах хозяйственной деятельности любой организации [7].

Экономический смысл учетной политики предприятия заключается в обеспечении формирования и отражения в учете оптимальных финансовых результатов его деятельности. В этой связи правильно разработанная учетная политика становится важнейшим средством управления предприятием и достижения поставленных целей при его функционировании.

Структурно учетная политика включает в себя три основных аспекта: организационно-технический, учетную политику для целей бухгалтерского учета и учетную политику для целей налогообложения.

Организационно-технический аспект формирования учетной политики заключается в следующем — учетная политика формируется главным бухгалтером на основе ПБУ 1/2008 и утверждается руководителем предприятия. При этом утверждаются:

- рабочий план счетов бухгалтерского учета;
- формы первичной документации, отражающей факты хозяйственной деятельности;
- формы внутренней бухгалтерской отчетности;
- методы оценки и порядок проведения инвентаризации активов и обязательств
- правила документооборота и методы обработки учетной информации;
- порядок контроля за хозяйственными операциями;

Учетная политика подчиняется основным экономическим принципам:

- учетные данные, являясь единой системой, обеспечивают управление хозяйственными процессами;
- имущество, являющееся собственностью организации, учитывается обособленно от имущества других юридических лиц, входящих в организацию;
- ведение бухгалтерского учета организацией ведется непрерывно с момента ее регистрации до ликвидации или реорганизации;
- все хозяйственные операции и результаты инвентаризации своевременно регистрируются на счетах БУ без пропусков или изъятий;
- факты хозяйственной деятельности учитываются в том отчетном периоде, когда они имели место;
- данные аналитического учета должны совпадать с оборотами и остатками по счетам синтетического учета на последний календарный день каждого месяца;
- разделение учета текущих затрат на производство и капитальных вложений;
- учетная информация должна быть ясной, и легко подвергаться истолкованию и анализу;
- приоритет признания в БУ расходов и обязательств над возможными доходами и активами, недопущение создания скрытых резервов;

- рациональное ведение бухгалтерского учета в зависимости от условий хозяйственной деятельности и величины организации.

Таким образом, учетная политика для целей бухгалтерского учета, будучи направлена на составление достоверной бухгалтерской отчетности, определяет деятельность всех структурных подразделений предприятия и должна полностью соблюдаться всем персоналом.

Формирование учетной политики полностью зависит от руководителя организации и главного бухгалтера, который не только выбирает способ ведения учета, но и обеспечивает полное отражение в бухучете всех фактов хозяйственной деятельности.

Согласно «Положению о бухгалтерском учете» принятая организацией учетная политика применяется последовательно от одного отчетного года к другому [4, II-5]. При этом обособленные подразделения организации используют учетную политику, применяемую в целом по организации.

Учетная политика для целей налогообложения подразумевает не только выбор наиболее приемлемых способов расчета и сроков уплаты налогов, но и определяет показатели, влияющие на суммы налоговых обязательств.

С точки зрения налогового планирования для предприятия особенно важно установить границы между основными средствами и средствами труда в обороте, определить способы начисления амортизации и переоценки объектов основных средств.

Для уменьшения налога на имущество руководство предприятия имеет возможность учитывать варианты учетной политики, влияющие на налогообложение имущества, а также использовать существующие льготы [3, с. 386]. Оказывая влияние на величину налоговых отчислений, учетная политика предприятия служит инструментом его эффективной деятельности, оперативности принятия руководством необходимых управленческих решений.

Законодательством не установлена последовательность учетной политики для целей налогообложения от одного налогового периода к другому, однако предполагается, что она остается без изменений в течение календарного года.

Рассматривать учетную политику и ее роль в принятии решений по управлению предприятием необходимо в тесной связке с управленческим учетом, который обладает целым арсеналом приемов и методов, позволяющих обрабатывать и обобщать исходную информацию [1, с. 214].

Управленческий учет — это система сбора, регистрации, обобщения и предоставления информации о хозяйственной деятельности предприятия для осуществления учета, планирования и управления этой деятельностью.

Основная цель управленческого учета — это предоставление руководителям организации и структурных подразделений плановой, фактической и прогнозной информации о деятельности организации и внешней среде с целью принятия оптимальных управленческих решений. Эта информация включает в себя все хозяйственные операции, в том числе не отраженные в бухгалтерском учете. Таким образом, основными пользователями управленческого учета являются учредители и высшее руководство предприятия, которым предоставляются данные о результатах деятельности организации и основных структурных подразделений за конкретный период времени, а также анализ влияния на эти результаты внутренних и внешних факторов.

Управленческий учет направлен исключительно на внутренние цели предприятия и не регламентируется правовыми актами, при этом минимизируются затраты на предоставление данных, необходимых для стратегического управления организацией.

Система управленческого учета отражает:

- структуру внутреннего управления, как по сегментам деятельности, так и бизнес-процесса в целом;
- сметную и бюджетную информацию структуры управления;

- план счетов управленческого учета, адаптированный к структуре предприятия;
- методику ведения счетов управленческого учета;
- внутренние формы отчетности и методику их составления и анализа;
- нормы издержек, учет и анализ отклонений от норм;
- методику расчета прямых и полных издержек с распределением расходов по функциям, а также порядок ценообразования;
- план документооборота.

Всесторонний анализ данных управленческого учета способствует выработке оптимальных управленческих решений в краткосрочном и долгосрочном периоде, основанных на прогнозировании, экономическом обосновании и выборе альтернативы из множества вариантов развития предприятия.

Краткосрочные решения, как правило, связаны с осуществлением текущих целей и задач, а также тактических решений, способствующих реализации стратегических целей.

Долгосрочные управленческие решения, касаясь коренных проблем предприятия, рассчитаны на длительный отрезок времени, на решение масштабных проблем, относящихся к компании в целом, повышение конкурентоспособности. Цена последствий таких решений очень высока, так как они зачастую связаны с существенными преобразованиями внутри предприятия (совершенствование технологического процесса, переобучение персонала).

Как долгосрочные, так и краткосрочные управленческие решения являются основой процесса управления, а их эффективная реализация требует существенных материальных и финансовых затрат, наличия необходимой инфраструктуры, технических и информационных средств. При этом ключевым звеном является наличие работоспособного, технически подготовленного коллектива, мотивированного на эффективное использование имеющихся ресурсов.

Исходя из того, что учетные данные, как элемент учетной политики, являются единой системой и оказывают влияние на управление хозяйственными процессами, можно заключить, что при выборе варианта управленческого решения руководитель обязан принимать их во внимание. При этом управленческий учет является результатом анализа всей управленческой информации, выступает промежуточным звеном между хозяйственной информацией и актом принятия управленческого решения.

Сравнивая несколько альтернативных вариантов, делая выбор в пользу оптимального решения, руководитель исходит из потребности предприятия в получении максимальной прибыли. При этом анализируется только информация, необходимая для выработки необходимого решения.

Таким образом, учетная политика и управленческий учет являются информационно-аналитической системой обеспечения управленческих решений.

Возникновение такой системы обуславливается системным характером внутренних и внешних связей каждого объекта управления. Информация необходима на всех этапах цикла управления и особенно важна та ее часть, которая связана с управленческими решениями, поскольку является исходным материалом для подготовки, обоснования и принятия решений.

В заключении необходимо отметить, что возросшая ответственность всех звеньев управления предприятием за эффективность его производственной и финансовой деятельности диктует необходимость принятия взвешенных управленческих решений, которые невозможны без всестороннего изучения информации о деятельности предприятия.

Учетная политика, как одно из основных средств формирования величины показателей организации, оказывает влияние на эффективность, оперативность и гибкость ее деятельности, на количественные показатели прибыли, себестоимость продукции, формирование цен, налоговое планирование, а также эффективное использование материальных, финансовых и трудовых ресурсов. Эти данные, при всестороннем изучении, используются руководством

предприятия в выработке управленческих решений, направленных на его дальнейшее развитие и повышение конкурентоспособности.

Список литературы:

1. Вахрушина М.А. Бухгалтерский управленческий учет. Учебник. 6-е изд, испр. М.: Омега-Л. 2007. — 570 с.
2. Кондраков Н.П. Бухгалтерский учет: Учебник: ИНФРА-М, 2007. — 592 с. — (Серия «Высшее образование»).
3. Литвак Б.Г. Разработка управленческого решения: Учебник. 3-е изд., испр. М.: Дело, 2002. — 392 с.
4. ПБУ «Учетная политика организации» от 27.04.2012 № 55н, от 18.12.2012 № 164н).
5. Рыбакова О.В. Бухгалтерский управленческий учет и управленческое планирование. М.: Финансы и статистика, 2005. — 464 с.:ил.
6. Соловьев А.В. Управленческие решения М.: Издательство НОУ ВПО ИКиП, 2011.
7. Семенихин В.В. Положение об учетной политике на 2014 год: выбор формы бухгалтерского учета. Бухгалтерская газета. № 24. 2013 г.
8. Федеральный закон «О бухгалтерском учете» от 6.12.2011 г. № 402-ФЗ.

КАК ВЛИЯЕТ ОБЪЕМ СВОБОДНОГО ВРЕМЕНИ НА УРОВЕНЬ РОЖДАЕМОСТИ В ОЗЕРСКОМ ГОРОДСКОМ ОКРУГЕ ЧЕЛЯБИНСКОЙ ОБЛАСТИ?

Невядомская Валентина Игоревна

студента 3 курса, кафедры экономики ЮУрГУ,

РФ, г. Озерск

E-mail: neskazhu90@mail.ru

Дериглазов Александр Анатольевич

научный руководитель, преподаватель кафедры экономики ЮУрГУ,

РФ, г. Озерск

Мало кто задумывался о существовании зависимости между уровнем рождаемости и узаконенными российскими праздниками; уровнем рождаемости и смертности населения и количеством сокращения учителей и педагогов в школах и садиках. Актуальность этой работы заключается в том, что благодаря исследованию мы попытаемся установить существующую взаимосвязь между количеством свободного времени людей и количеством детей, появившихся на свет после такого времени препровождения.

Прежде чем, нами будет проверена выше изложенная гипотеза, мы рассчитаем уровень рождаемости, смертности и естественного прироста за последние три года в городе Озерске Челябинской области. Для анализа использовали данные, представленные на официальном сайте газеты Озерская панорама (ozersk74.ru), о количестве родившихся и умерших жителей Озерского городского округа Челябинской области за период с мая 2010 года по январь 2014 года.

Проанализированные данные изложены в таблице 1.

Таблица 1.

**«Количество родившихся и умерших жителей Озерского городского округа
Челябинской области»**

Период	Новорожденные, человек	Уровень рождаемости на 1 000 чел.	Усопшие, человек	Уровень смертности на 1 000 чел.
1	2	3	4	5
2010				
Май 2010	75	0,9375	108	1,35
Июнь 2010	87	1,0875	112	1,40
Июль 2010	79	0,9875	100	1,25
Август 2010	54	0,675	89	1,1125
1	2	3	4	5
Сентябрь 2010	79	0,9875	110	1,375
Октябрь 2010	98	1,225	81	1,0125
Ноябрь 2010	64	0,80	101	1,2625
Декабрь 2010	72	0,90	80	1
Итого:	608		781	
2011				
Январь 2011	62	0,775	115	1,4375
Февраль 2011	69	0,8625	107	1,3375
Март 2011	79	0,9875	75	0,9375
Апрель 2011	79	0,9875	110	1,375
Май 2011	82	1,025	112	1,40
Июнь 2011	101	1,2625	94	1,175
Июль 2011	88	1,10	103	1,2875
Август 2011	82	1,025	95	1,1875
Сентябрь 2011	86	1,075	100	1,25
Октябрь 2011	74	0,925	128	1,60
Ноябрь 2011	98	1,225	99	1,2375
Декабрь 2011	81	1,0125	107	1,3375
Итого:	981		1245	
2012				
Январь 2012	64	0,8	101	1,2625
Февраль 2012	103	1,2875	74	0,925
Март 2012	87	1,0875	105	1,3125
Апрель 2012	64	0,80	107	1,3375
Май 2012	67	0,8375	103	1,2875
Июнь 2012	79	0,9875	114	1,425
Июль 2012	77	0,9625	118	1,475
Август 2012	100	1,25	108	1,35
Сентябрь 2012	82	1,025	97	1,2125
Октябрь 2012	93	1,1625	86	1,075
Ноябрь 2012	64	0,80	102	1,275
Декабрь 2012	72	0,90	109	1,3625
Итого:	952		1224	
2013				
Январь 2013	76	0,95	122	1,525
Февраль 2013	93	1,1625	92	1,15

Март 2013	79	0,9875	111	1,3875
Апрель 2013	72	0,90	100	1,25
Май 2013	72	0,90	95	1,1875
Июнь 2013	83	1,0375	104	1,3
Июль 2013	107	1,3375	76	0,95
Август 2013	95	1,1875	77	0,9625
Сентябрь 2013	105	1,3125	91	1,1375
Октябрь 2013	92	1,15	114	1,425
Ноябрь 2013	74	0,925	93	1,1625
Декабрь 2013	94	1,175	106	1,325
Итого:	1043		1181	
2014				
Январь 2014	79	0,9875	108	1,35

По данным статьи «Ошеломительный визит главы региона в Озерск» численность населения в Озерском городском округе Челябинской области:

2010 год — 93 100 человек;

2011 год — 92 300 человек;

2012 год — 91 700 человек;

2013 год — 91 500 человек.

Исходя из представленных данных, предлагаем Вашему вниманию графики рождаемости и смертности, которые показывают в наглядном виде количество рождений и смертей за определенный период на 1000 жителей. Рождаемость — демографический термин, характеризующий отношение количества рождений за определённый период на 1000 жителей [2, с. 13]. Смертность — демографический термин, характеризующий отношение количества смертей за определённый период на 1000 жителей [1, с. 382]. По данным администрации всего в Озерском городском округе Челябинской области проживает 91 500 человек [3].

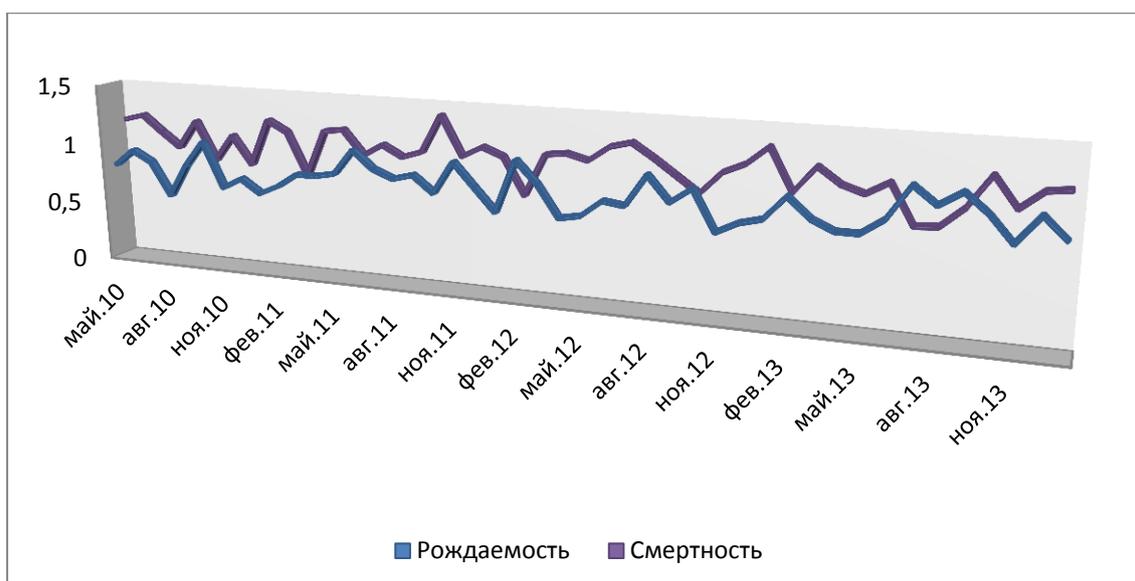


Рисунок 1. Гендерные уровни рождаемости и смертности населения в Озерском городском округе Челябинской области за период с мая 2010 года по январь 2014 года

Проанализировав, данные графиков и таблицу рождаемости-смертности можно сделать следующие выводы:

Во-первых, в среднем за период с мая 2010 года по январь 2014 года ежемесячный уровень рождаемости составил 0,8894 на 1 000 человек.

Во-вторых, в среднем за период с мая 2010 года по январь 2014 года ежемесячный уровень смертности составил 1,1024 на 1 000 человек.

В-третьих, средний ежемесячный уровень смертности выше среднего ежемесячного уровня рождаемости на 20 %.

В-четвертых, с каждым годом уровень рождаемости растет, а уровень смертности снижается. Уровень рождаемости в 2013 году по сравнению с 2011 годом вырос на 6 %. Уровень смертности в 2013 году по сравнению с 2011 годом сократился на 5,4 %.

Исходя из представленных данных, предлагаем Вашему вниманию график естественного прироста населения в Озерском городском округе Челябинской области, который показывает в наглядном виде демографическую ситуацию в муниципальном образовании. Естественный прирост населения — превышение рождаемости над смертностью, то есть разница между количеством родившихся и количеством умерших за определенный период времени [6].

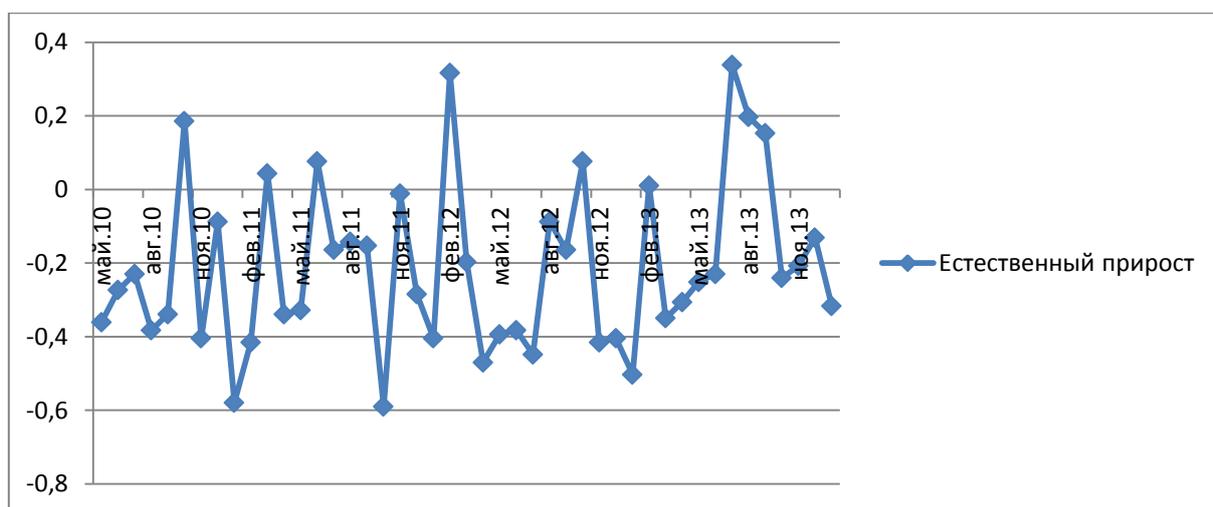


Рисунок 2. Уровень естественного прироста населения в Озерском городском округе Челябинской области за период с мая 2010 года по январь 2014 года

Проанализировав, данные графиков и таблицу рождаемости-смертности можно сделать следующие выводы:

Во-первых, в среднем за период с мая 2010 года по январь 2014 года ежемесячный уровень естественного прироста населения составил практически — 2 человека на 91 500 человек (естественный прирост населения отрицательный) (практически — 77 человек за весь рассматриваемый период). Соответственно, в среднем каждый месяц в Озерском городском округе умирает на 2 человека больше, чем рождается.

А за период с 2005 года по 2013 год численность населения Озерского городского округа Челябинской области снизилась на 8 200 человек с 99 700 человек до 91 500 человек (8,2 %).

Причиной этого может быть большой процент людей пенсионного возраста и низкий процент молодежи в общей структуре жителей Озерского городского округа Челябинской области.

Во-вторых, в 2011, 2012 годах уровень естественного прироста населения снижался. Уровень естественного прироста населения в 2012 году по сравнению с 2011 годом снизился на 2 % (на 2 % увеличилось количество умерших людей над количеством родившихся). В 2013 году уровень естественного прироста населения рос. Уровень естественного прироста

населения в 2013 году по сравнению с 2011 годом вырос на 51,87 % (на 51,87 % увеличилось количество родившихся людей над количеством умерших).

Исходя из представленных данных, определим предполагаемую численность населения Озерского городского округа Челябинской области через шестнадцать лет (к 2030 году). Для этого воспользуемся формулой расчета перспективной численности населения:

$$H_{t+n} = H_n \cdot \left(1 + \frac{K_{о.п}}{1000}\right)^t \quad (1)$$

где: H_n — численность населения на начало планируемого периода;

t — число лет, на которые прогнозируется расчет;

$K_{о.п}$ — коэффициент общего прироста населения [8].

Примем в расчетах среднюю численность населения в Озерском городском округе за 91 500 человек. Соответственно, в нашем случае ежегодный коэффициент общего прироста равен — 20,447. При расчете данного показателя мы не учитываем количество приезжих граждан и граждан, мигрировавших из Озерска, ввиду того, что город является закрытым административно-территориальным образованием и миграционной составляющей можно пренебречь. В соответствии с Законом РФ от 14 июля 1992 г. № 3297-1 «О закрытом административно-территориальном образовании» приобрести право постоянно проживать в Озерском городском округе Челябинской области может весьма ограниченный круг лиц. Кроме того, данных для подсчета мигрировавших и эмигрировавших лиц в наличии не имеется.

Таким образом, перспективная численность населения Озерского городского округа Челябинской области через шестнадцать лет (к 2030 году) лет составит 91 173 человека. Соответственно, количество населения уменьшится на 327 человек (0,9964 %). Исходя из представленных данных, есть понимание того, что снизится количество людей трудоспособного возраста,

что приведет к снижению рынка рабочей силы в городе, дефициту квалифицированных кадров, необходимых для эффективной работы атомного производства.

Согласно данным приведенным в статье «К 2025 году в стране практически некому будет работать», опубликованной на сайте About Capital «численность трудоспособного населения в России с 2011 по 2025 годы сократится не менее чем на десять миллионов человек. Резервы повышения уровня экономической активности в молодом и старшем возрастах фактически исчерпаны» [9].

Организация Oxford Economics дает еще более пессимистические прогнозы. В апреле 2011 года данная организация опубликовала доклад, из которого следует, что Россия заняла первое место среди 25 стран с самым сильным сокращением рабочей силы в ближайшие 20 лет. К 2030 году численность трудоспособного населения в стране снизится на 17 миллионов человек [11].

В начале 2014 года российские ученые, медики и общественные деятели съехались в Екатеринбург на конференцию, чтобы обсудить демографические проблемы. Участники конференции обсудили демографическую ситуацию в современной России и дали прогноз на перспективу. Так, Игорь Белобородов, советник директора Российского института стратегических исследований, убежден, что в ближайшее десятилетие страна погрузится в глубокую демографическую яму. К 2025 году, считает эксперт, женщин в наиболее репродуктивном возрасте 20—29 лет будет почти в два раза меньше, чем в настоящее время. Если сейчас таких насчитывается около 12 миллионов человек, то через одиннадцать лет женщин, способных дать стране здоровое потомство, будет всего 6 миллионов. По подсчетам экспертов, им придется рожать, как минимум, по три ребенка, чтобы сохранить численность населения, хотя бы на сегодняшнем уровне

Юрий Крупнов, председатель наблюдательного совета Института демографии, миграции и регионального развития отметил: «У российской

демографии колебательный тип развития, отсюда и волнообразные прогнозные данные по количеству населения. И то, чем сейчас так радостно отчитываются, — это не более чем пик рождаемости второй половины 80-х годов. Тогда у людей появился энтузиазм на фоне перестройки, помог и сухой закон. Но уже в 90-х нас ждал провал, во многом этому способствовали шоковые реформы. Сейчас мы имеем повторение пика, выросли те, кто родился в 87—89 годах. Но у нас в целом по стране женщин в возрасте от 20 до 30 лет к 2025 году будет почти в два раза меньше, чем сейчас. Сейчас коэффициент рождаемости равен 1,7 ребенка. Если этот показатель сохранится в будущем, норма воспроизводства все равно составит 2,5 ребенка на одну женщину. То есть мы не в состоянии себя воспроизвести» [5]. За период с 01 января 2000 года по 31 декабря 2013 года за 14 лет умерло на 7 485 571 человек больше, чем родилось [10]. Только в 2013 году в Российской Федерации наблюдался естественный прирост, а не убыль (22 900 человек) [4].

Исходя из представленных данных, мы видим, что снижение численности населения, находящегося в трудоспособном возрасте — это тенденция свойственная не только городу Озерску, но и Российской Федерации в целом.

Данную тенденцию практически не может преломить и активная экономическая политика Правительства РФ в сфере поддержки молодых матерей — выдачи материнского капитала.

Материнский капитал выдается семьям, в которых появился второй и последующие дети. По закону материнский капитал можно потратить только на улучшение жилищных условий, образование ребенка или формирование накопительной части пенсии для матери. Причем на руки деньги не выдаются — это сертификат, с которого средства перечисляются на указанные в законе нужды.

С начала действия закона о материнском капитале его обладательницами стали около 3 миллионов россиянок. При этом «бум» получения сертификатов пришелся на 2009 год, когда с соответствующими заявлениями обратились 940 тысяч 290 матерей.

Срок действия закона заканчивается 31 декабря 2016 года, но не исключено, что его продлят до 31 декабря 2025 года [7].

Теперь выдвинем гипотезу и постараемся её либо подтвердить, либо опровергнуть. Предположим, что после январских праздников через девять месяцев рождается больше младенцев, нежели чем в течение года, ввиду того, что у людей в январские праздники много свободного времени. Для этого проанализируем сентябрь-октябрь 2010—2013 годов. Анализ сопоставимых данных представлен в таблице 2.

Таблица 2.

«Количество родившихся жителей Озерского городского округа Челябинской области в сентябре-октябре 2010—2013 годов»

Период	Новорожденные, человек	Ежемесячный среднестатистический уровень рождаемости, человек	Ежемесячный уровень рождаемости, человек
2010			
Сентябрь 2010	79	0,8894	0,8634
Октябрь 2010	98	0,8894	1,071
Итого:	177		
2011			
Сентябрь 2011	86	0,8894	0,9399
Октябрь 2011	74	0,8894	0,8087
Итого:	160		
2012			
Сентябрь 2012	82	0,8894	0,8962
Октябрь 2012	93	0,8894	1,0164
Итого:	175		
2013			
Сентябрь 2013	105	0,8894	1,1475
Октябрь 2013	92	0,8894	1,1288
Итого:	195		

Теперь представленные данные изобразим графически на рисунке 3.

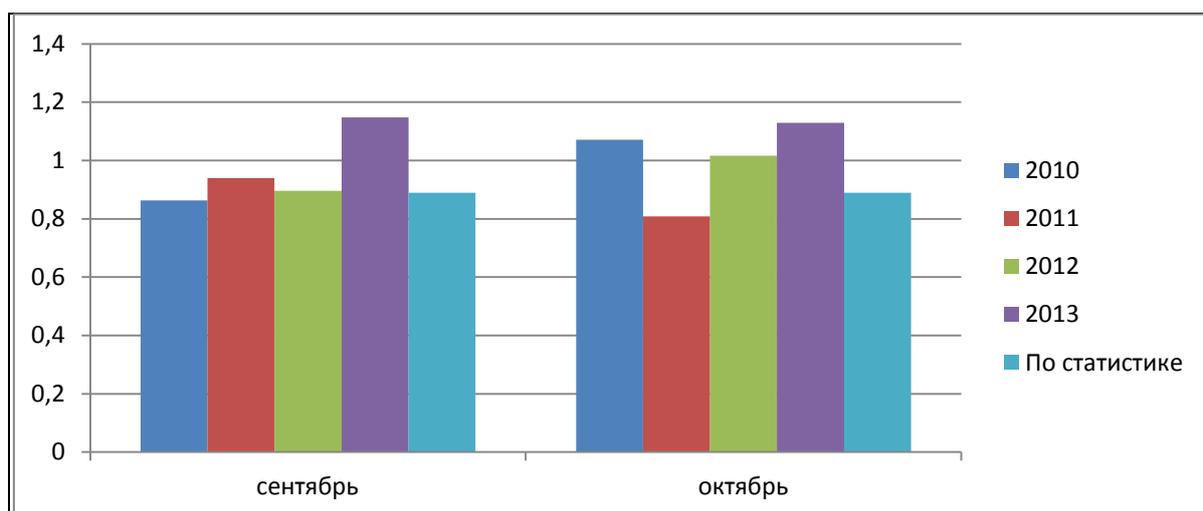


Рисунок 3. Сравнительный анализ уровня рождаемости населения в Озерском городском округе Челябинской области за сентябрь-октябрь 2010—2013 годов со среднестатистическим за тот же период

Проанализировав, таблицу 2 можно сделать следующие выводы:

Во-первых, увеличение ежемесячного уровня рождаемости наблюдается в октябре 2010 года (на 20,43 %), сентябре 2011 года (на 5,68 %), сентябре 2012 года (на 7,67 %), октябре 2012 года (на 14,28 %), сентябре 2013 года (на 29,03 %), октябре 2013 года (на 13,06 %). Уменьшение ежемесячного уровня рождаемости наблюдается в сентябре 2010 года (на 2,92 %), октябре 2011 года (на 6,6 %). Исходя из изложенного, во все месяцы, кроме сентября 2010 года, октября 2011 года, мы видим устойчивую тенденцию увеличения уровня рождаемости населения. Нарастающим итогом уровень рождаемости за рассматриваемый период выше среднестатистического уровня на 80,6 %.

Во-вторых, в среднем за сентябрь-декабрь 2010—2013 годов уровень рождаемости выше среднестатистического уровня за рассматриваемый период на 8,91 %.

Предположим, что после февральских (23 февраля), мартовских (8 марта) праздников через девять месяцев рождается больше младенцев, нежели чем в течение года, ввиду того, что у людей в февральские, мартовские праздники много свободного времени. Для этого проанализируем ноябрь-декабрь 2010—2013 годов. Анализ сопоставимых данных представлен в таблице 3.

Таблица 3.

**«Количество родившихся жителей Озерского городского округа
Челябинской области в ноябре 2010—2013 годов»**

Период	Новорожденные, человек	Ежемесячный среднестатистический уровень рождаемости, человек	Ежемесячный уровень рождаемости, человек
1	2	3	4
2010			
Ноябрь 2010	64	0,8894	0,7995
Декабрь 2010	72	0,8894	0,8869
Итого:	136		
2011			
Ноябрь 2011	98	0,8894	1,171
Декабрь 2011	81	0,8894	0,8852
Итого:	179		
2012			
Ноябрь 2012	64	0,8894	0,7995
Декабрь 2012	72	0,8894	0,8869
Итого:	136		
2013			
Ноябрь 2013	76	0,8894	0,8306
Декабрь 2013	94	0,8894	1,127
Итого:	176		

Теперь представленные данные изобразим графически на рисунке 4.

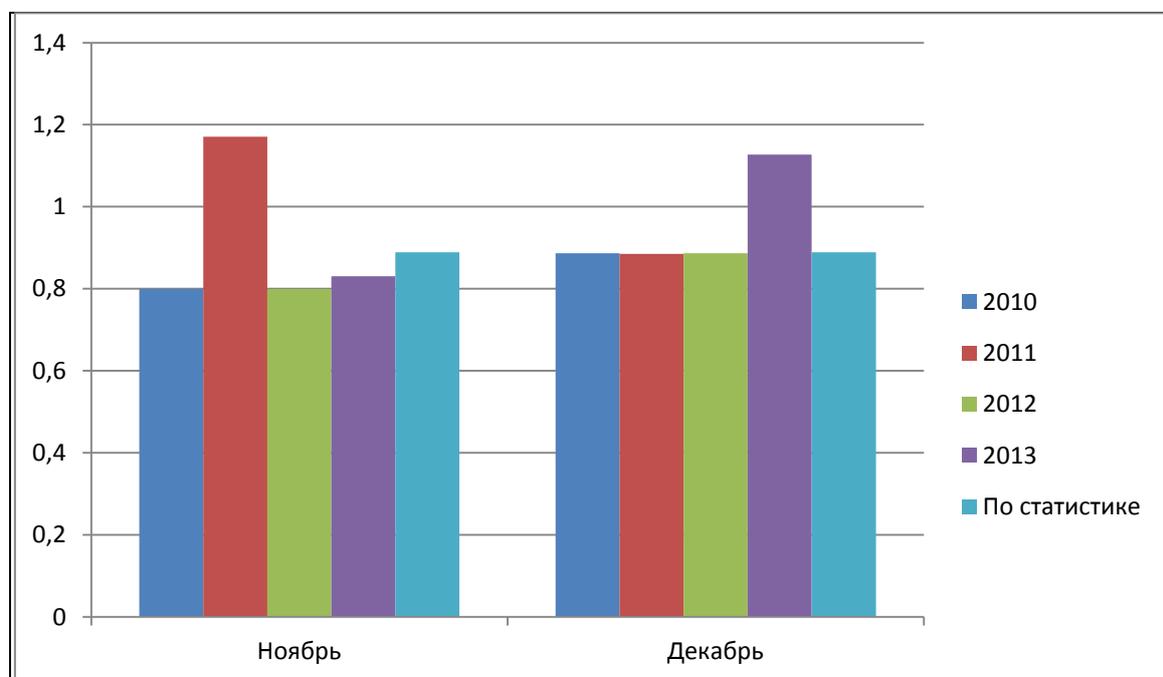


Рисунок 4. Сравнительный анализ уровня рождаемости населения в Озерском городском округе Челябинской области за ноябрь-декабрь 2010—2013 годов со среднестатистическим за тот же период

Теперь предлагаем отобразить по годам ежемесячное количество новорожденных в Озерском городском округе Челябинской области в графическом виде с целью наглядного представления выше изложенного.

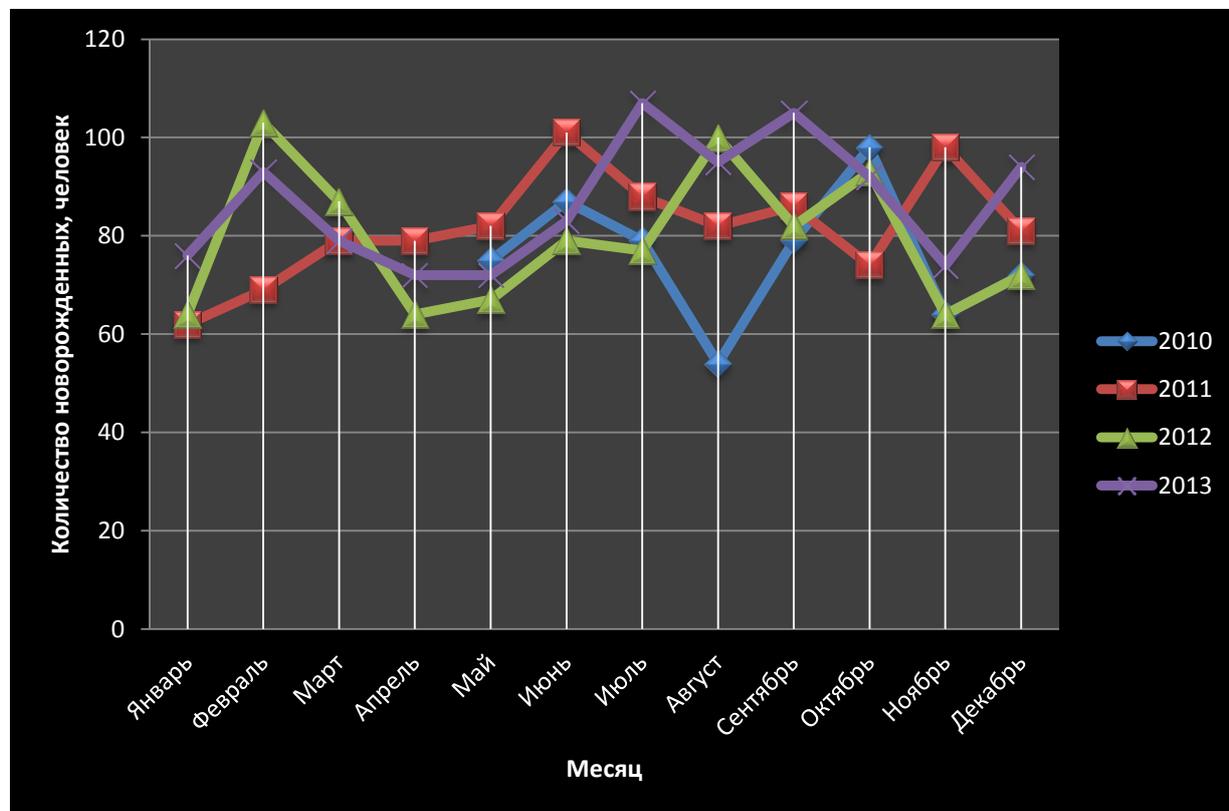


Рисунок 5. Сравнительный анализ ежемесячного количества новорожденных в Озерском городском округе Челябинской области за 2010—2013 годов

Теперь предлагаем отобразить ежемесячное общее количество новорожденных за 2011—2013 года в Озерском городском округе Челябинской области в графическом виде с целью наглядного представления выше изложенного.

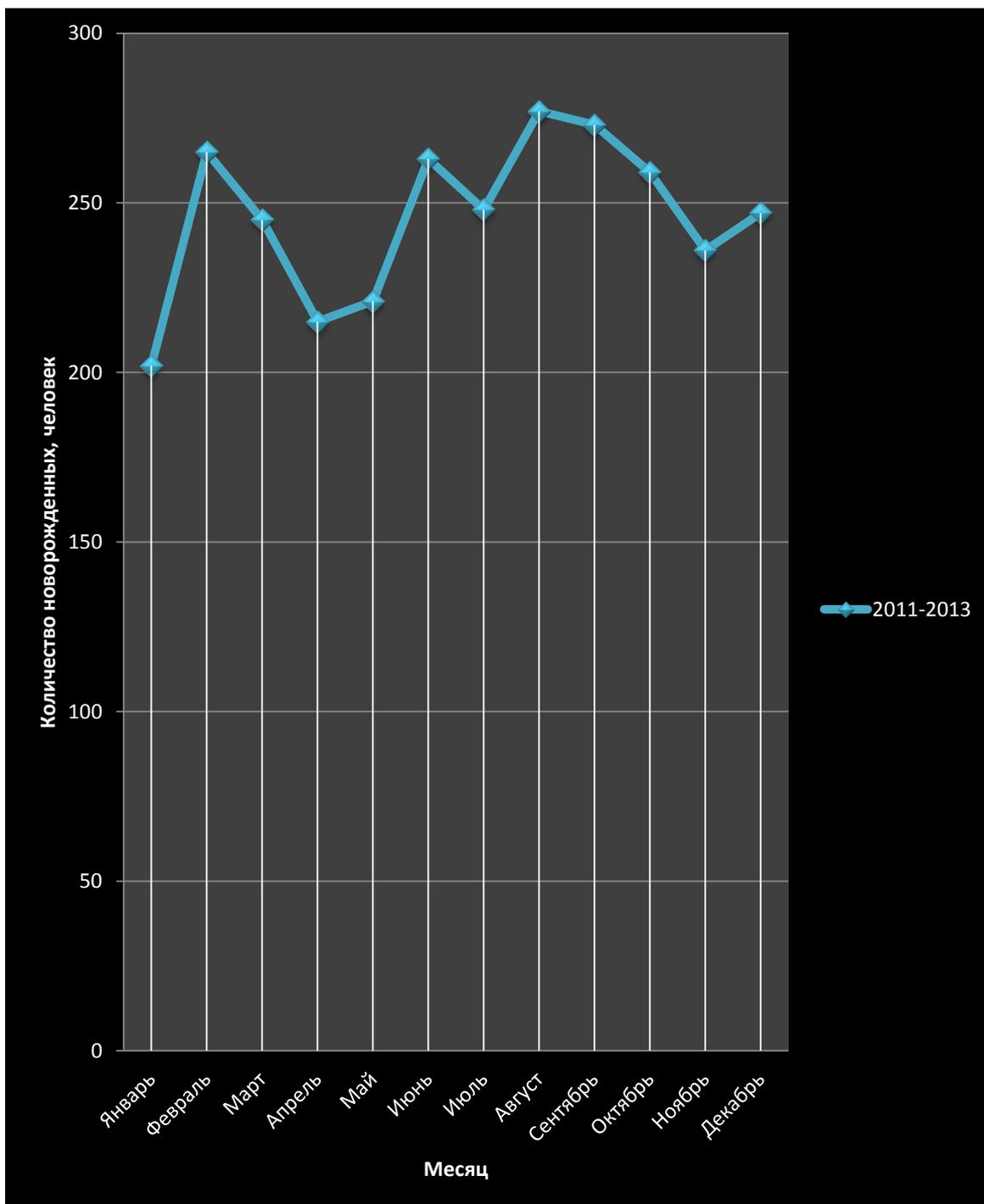


Рисунок 6. Сравнительный анализ ежемесячного общего количества новорожденных за 2011—2013 года в Озерском городском округе Челябинской области

Проанализировав, данные таблицы 3 можно сделать следующие выводы:

Во-первых, увеличение ежемесячного уровня рождаемости наблюдается в ноябре 2011 года (на 20,39 %), декабре 2013 года (на 15,51 %). Уменьшение ежемесячного уровня рождаемости наблюдается в ноябре 2010 года (на 10,29 %), декабре 2010 года (на 5,33 %), декабре 2011 (на 0,46 %), ноябре

2012 года (на 10,29 %), декабре 2012 года (на 5,33 %), ноябре 2013 года (на 3,66 %). Исходя из изложенного, только в ноябре 2011, декабре 2013 года произошло увеличение уровня рождаемости населения над среднестатистическим. Нарастающим итогом уровень рождаемости за рассматриваемый период выше среднестатистического уровня на 0,54 %.

Во-вторых, в среднем за ноябрь-декабрь 2010—2013 годов уровень рождаемости выше среднестатистического уровня за рассматриваемый период на 0,627 %.

В-третьих, сравнивая показатели рождаемости, полученные за февральские, мартовские праздники (+0,627 %) и январские праздники (+8,91 %), можно сделать вывод, что чем больше у людей свободного времени, тем выше уровень рождаемости. Существует прямо пропорциональная зависимость числа родившихся младенцев от объема свободного времени населения.

Соответственно, наша гипотеза подтвердилась.

Список литературы:

1. Желтиков В.П. География населения мира. Экономическая география. Ростов: Феникс, 2001. — 382 с.
2. Иванов С.А. Модернизация института семьи: макросоциологический, экономический и антрополого-педагогический анализ. Монография. М.: Интеллектуальная книга, Новый хронограф, 2010. — 13 с.
3. Официальный сайт Озерской панорамы. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — <http://www.ozersk74.ru/> (дата обращения 06.02.2014).
4. Риа новости. Голикова: численность трудоспособного населения в РФ снижается. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — <http://ria.ru/society/20110311/344950627.html> (дата обращения 17.02.2014).
5. Россию ждет демографический кризис. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — <http://www.ozersk74.ru/news/politic/148269.php> (дата обращения 01.03.2014).
6. Рыбаковский Л.Л. Практическая демография. Естественный прирост и воспроизводства населения. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — <http://rybakovsky.ru> (дата обращения 06.02.2014).
7. Сайт Российской газеты. Материнский капитал. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — <http://www.rg.ru/sujet/2778> (дата обращения 17.02.2014).

8. Энциклопедия экономиста. Перспективная численность населения. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — <http://www.grandars.ru> (дата обращения 17.02.2014).
9. About Capital. К 2025 году в стране практически некому будет работать. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — <http://abocapit.com/?p=7003> (дата обращения 17.02.2014).
10. Махпарк. Упущенный прирост численности населения Российской Федерации за 1990—2013 годы 39 млн. человек. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — <http://maxpark.com/user/3121148154/content/854815> (дата обращения 17.02.2014).
11. Oxford Economics Cookies: <http://www.oxfordeconomics.com>. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — <http://maxpark.com/user/3121148154/content/854815> (дата обращения 17.02.2014).

УРОВЕНЬ И КАЧЕСТВО ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ ЧЕЛЯБИНСКОЙ ОБЛАСТИ

Невядомская Алена Игоревна

*студент 1 курса, кафедра экономики, финансов филиала ЮУрГУ,
РФ, г. Озерск
E-mail: millionerca.2008@mail.ru*

Федулов Дмитрий Владимирович

*научный руководитель, канд. экон. наук, доцент филиала ЮУрГУ,
РФ, г. Озерск*

Проблемы измерения уровня и качества жизни населения стали актуальны еще 50—70-е годы XX века. В 1961 г. ООН выделила 12 «аспектов», состояние которых отражает уровень развития общества [3]. К ним относятся условия труда, здравоохранение, воспитание, занятость, транспорт и коммуникации, уровень потребления и запасов, состояние жилищного фонда, социальная уверенность, отдых и развлечения, личная свобода [3].

Для начала рассмотрим понятие уровень и качество жизни населения.

Уровень жизни населения (жизненный стандарт) — социально-экономическая категория, которая отражает степень удовлетворения материальных и культурных потребностей людей в плане обеспеченности потребительскими благами, которые характеризуются количественными показателями, абстрагированные от их качественного значения [2].

Качество жизни населения — социологическая категория, отражающая качество удовлетворения материальных и культурных потребностей людей [1].

Нами рассмотрены факторы, влияющие на уровень и качество жизни населения. В это понятие входят нематериальные блага; политические, экономические, социальные, нравственные. Сюда относятся вопросы здравоохранения и образования, экологии, социально-экономического неравенства и т. п. [3]. Более подробно остановимся на последнем факторе.

Социально-экономический фактор характеризуется такими показателями как доходы и расходы население, качество здравоохранение, качество жилья, качество культуры и качество питания.

Экономический кризис существенно влияет на уровень и качество жизни.

Экономический кризис — (греч. krisis — поворотный пункт) — резкое ухудшение экономического состояния страны, вызванное спадом производства, нарушением сложившихся производственных связей, банкротством предприятий, ростом безработицы, и снижением жизненного уровня и благосостояния населения [5]. В данном понятии экономический кризис прямо влияет на снижение уровня и качества жизни населения.

Таким образом, из-за экономического кризиса человек будет себя ущемлять в материальных, духовных и социальных потребностях (ограничивать себя в еде, одежде, комфорте и культуре). Более подробно проведем анализ уровня и качества жизни населения Челябинской области.

На рисунке 1, нами представлен график доходов населения.



Рисунок 1. Денежные доходы

Денежные доходы населения в январе 2014 года сложились в сумме 62,2 млрд. рублей. Среднедушевые денежные доходы составили 17845,2 рубля.

Денежные расходы населения по сравнению с аналогичным периодом 2013 года возросли на 7,8 % и составили 66,6 млрд. рублей. Превышение денежных расходов над доходами составило 4,4 млрд. рублей.

В структуре использования денежных доходов населения доля потребительских расходов составила 83,7 %, в том числе доля денежных

расходов на покупку товаров — 65,3 %, на оплату услуг — 16,3 %; на товары (услуги) с использованием банковских карт за рубежом — 2,1 %.

По отношению к январю 2013 года увеличились покупка валюты в 2,3 раза, обязательные платежи — на 34,7 %. Снизилась: покупка скота и птицы — на 18,3 %; расходы на покупку недвижимости — на 15,9 %, средства на счетах физических лиц-предпринимателей — на 14,2 %.

По отношению к 2012 году увеличились сбережения во вкладах и ценных бумагах — на 6,5 %. Снизилась: покупка скота и птицы — на 39,1 %; расходы на покупку недвижимости — на 24,8 %; обязательные платежи — на 9,1 % (включая деньги, отосланные по переводам — на 26 %).

Среднемесячная начисленная заработная плата работников по полному кругу организаций в 2013 году сложилась в размере 25 845,8 рубля (108,6 % к 2012 году). Реальная величина заработной платы (скорректированная на инфляцию) увеличилась на 2,7 %, которая показана на рисунке 2.

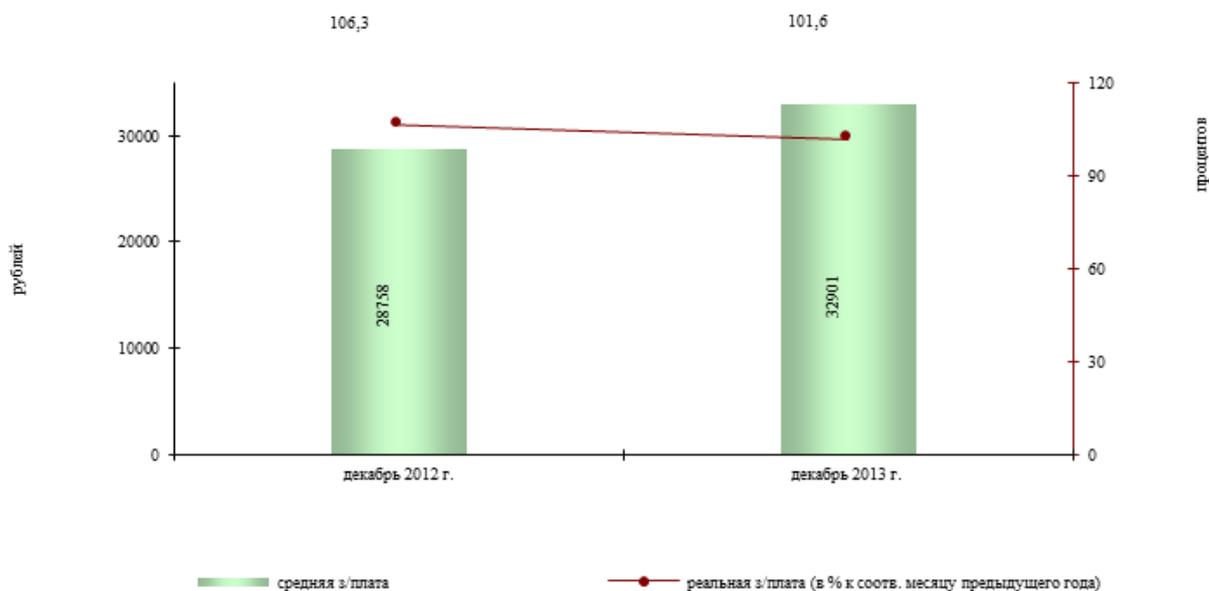


Рисунок 2. Средняя заработная плата работников

Наибольшими темпами заработная плата росла по видам экономической деятельности: здравоохранение и предоставление социальных услуг (120,3 %); гостиницы и рестораны (114,7 %); оптовая и розничная торговля (114,6 %);

сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство (114,2 %); образование (113,1 %); государственное управление и обеспечение военной безопасности; обязательное социальное обеспечение (112,8 %); предоставление услуг (112,4 %); производство и распределение электроэнергии, газа, воды (112,2 %).

Среднемесячная начисленная заработная плата работников крупных и средних организаций в 2013 году сложилась в размере 26 795,7 рубля (113,2 % к 2012 году).

Наибольшими темпами заработная плата росла в Кизильском (142,2 %), Октябрьском (136,5 %), Нязепетровском (125,4 %), Варненском (125,1 %), Красноармейском (122 %), Кунашакском (121,9 %), Каслинском (121,8 %), Брединском (121,7 %) Уйском (121,1 %), Кусинском (121 %) муниципальных районах и вКопейском (125,8 %) городском округе.

Просроченная задолженность по заработной плате на предприятиях Челябинской области на 01.02.2014 г. составила 4,6 млн. руб. перед 422 работниками и показана на рисунке 3.

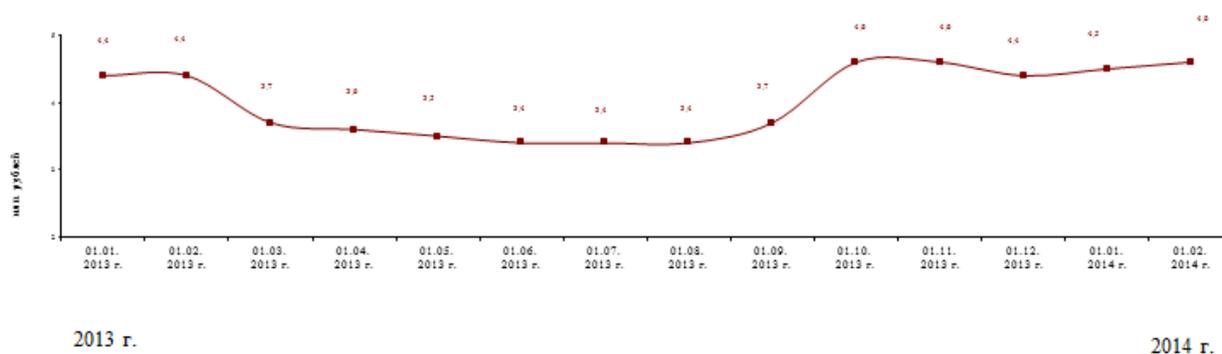


Рисунок 3. Просроченная задолженность по заработной плате

Государственной инспекцией труда в Челябинской области за январь 2014 года проведено 180 проверок по вопросам соблюдения законодательства об оплате труда.

По результатам проверок:

- выявлены факты задержки выплаты заработной платы в 49 хозяйствующих субъектах в отношении 1 817 работников;

- общая сумма произведенных по требованию госинспекторов труда выплат задержанной заработной платы составила 10,9 млн. рублей в отношении 685 работников;

- к административной ответственности за нарушения трудового законодательства привлечены 95 должностных лиц;

- общая сумма штрафов за нарушения требований трудового законодательства составила 1,3 млн. рублей.

Объем платных услуг населению в январе 2014 года составил 10137,8 млн. рублей (98,0 % к январю 2013 года). В структуре платных услуг населению 48,9 % приходилось на коммунальные услуги и услуги связи.

Объем туристских услуг вырос на 17,9 %, медицинских услуг — на 16,5 %, физической культуры и спорта — на 11,7 %, транспортных услуг — на 10,7%, услуг гостиниц — на 2,4 %, услуг связи — на 1,9 %.

Снизился объем бытовых услуг на 20,3 %, санаторно-оздоровительных услуг — на 11,7 %, ветеринарных услуг — на 10,8 %, услуг правового характера — на 10,5 %, культуры — на 3,8 %, коммунальных услуг — на 1,9 %, услуг системы образования — на 1,6 %.

В январе 2014 года потребительские цены выросли на 0,7 % к предыдущему месяцу, на 5,3 % — к январю 2013 года, показано на рисунке 4.

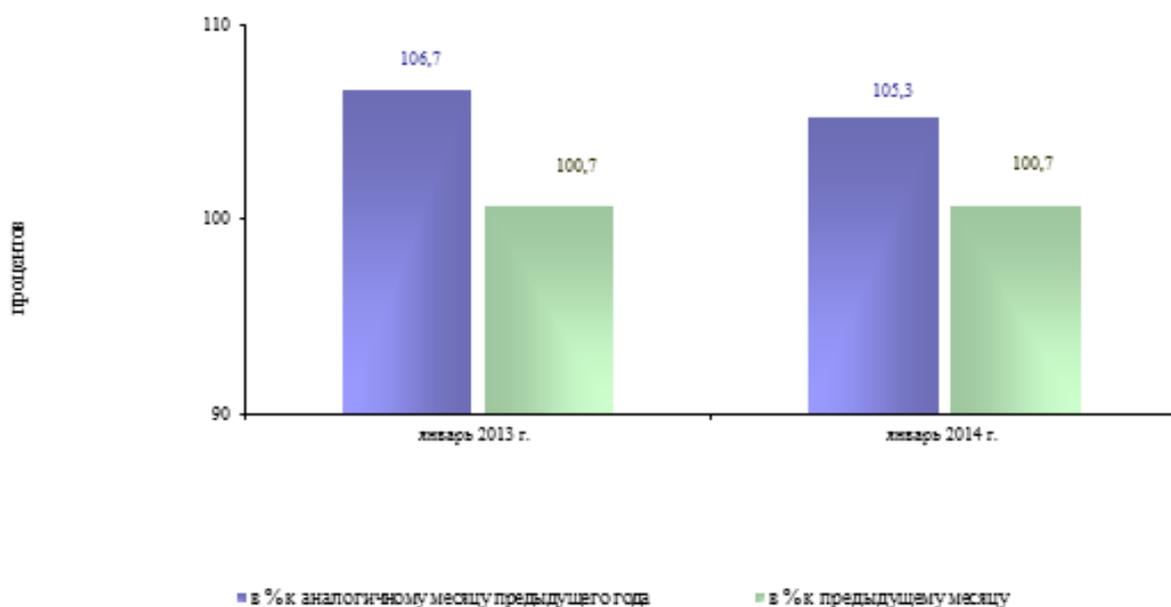


Рисунок 4. Индекс потребительских цен

Цены на продовольственные товары, включая алкогольные напитки, в январе 2014 года по сравнению с декабрем 2013 года возросли на 1,5 % (в январе 2013 года — на 1,4 %), на непродовольственные товары — на 0,4 % (в январе 2013 года — на 0,3 %).

Цены на тарифы и услуги сохранились на прежнем уровне (в январе 2013 года выросли на 0,3 %).

Стоимость минимального набора продуктов питания в январе 2014 года равнялась 2913 рублей в расчете на месяц и по сравнению с декабрем 2013 года выросла на 3,7 %.

В январе 2014 года в Центры занятости населения городов и районов (далее ЦЗН) за содействием в трудоустройстве обратился 7031 человек, что на 16,7 % меньше, чем в январе 2013 года.

Из обратившихся за содействием в трудоустройстве 97,4 % составили граждане, не занятые трудовой деятельностью; женщины — 49,2 %; рабочие — 57,6 %; служащие — 26,3 %; ищущие работу впервые — 16,1 %; доля иностранных граждан и лиц без гражданства составила 0,14 %; доля граждан,

стремящихся возобновить трудовую деятельность после длительного перерыва (более 1 года) — 15,5 %.

Количество безработных, состоящих на учёте в ЦЗН, на 01.02.2014 г. составило 30734 человека, что на 8,2 % ниже, чем за аналогичный период 2013 года.

На рисунке 5 представлена численность официально зарегистрированных безработных.

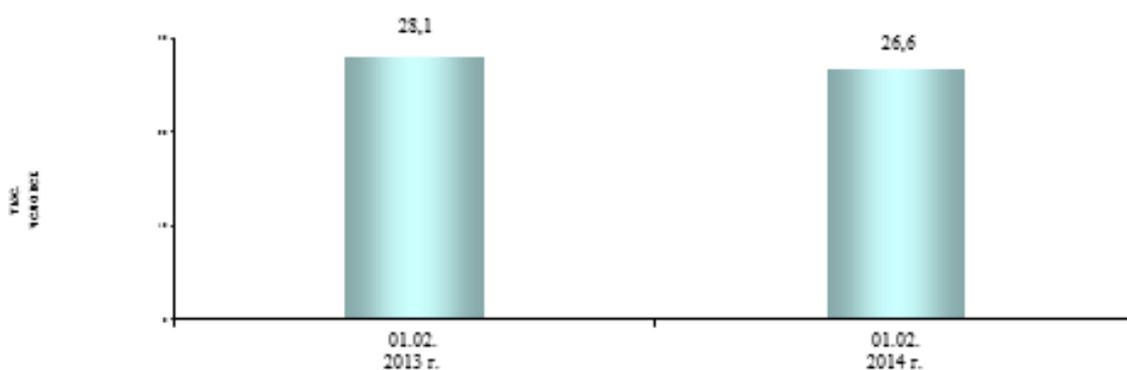


Рисунок 5. Численность официально зарегистрированных безработных

На 1 февраля 2014 года количество имеющихся вакансий в ЦЗН увеличилось на 4,7 % по сравнению с данными на 1 февраля 2013 года и составило 26383 единицы.

В разрезе на рисунке 6, представлен вид налогов, наибольшие поступления в бюджет области обеспечивают:

- налог на доходы физических лиц в объеме 2,1 млрд. рублей (126,6 % к январю 2013 года), доля в доходах областного бюджета составила 47,1 %;
- налог на прибыль организаций — 0,98 млрд. рублей (77,6 %), доля — 22,4 %;
- налог на имущество организаций — 0,1 млрд. руб. (72,3 %), доля — 2 %.

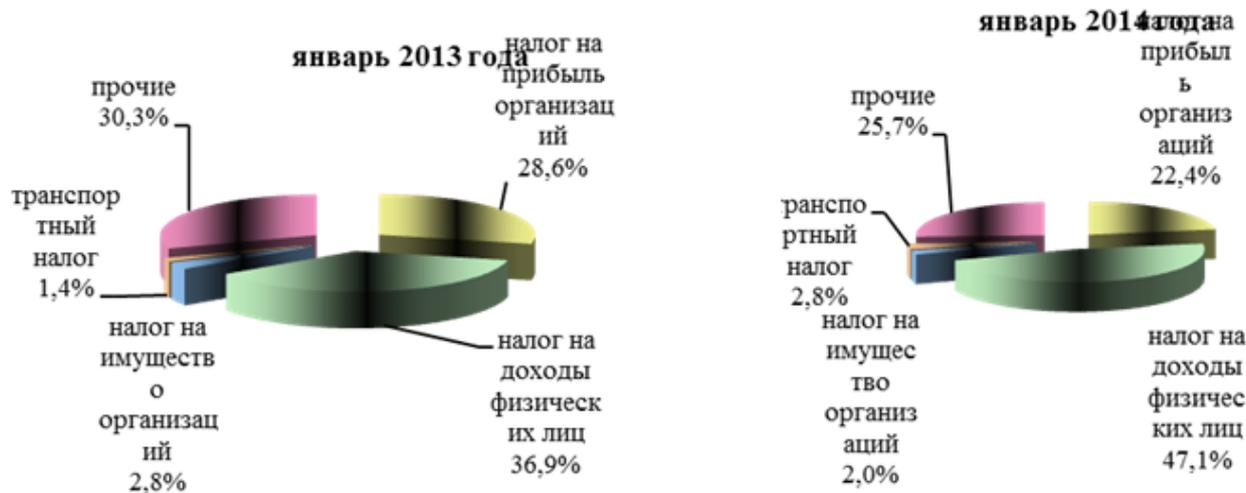


Рисунок 6. Виды налогов обеспечивающих наибольшие поступления в бюджет области

По данным Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Челябинской области в 2013 году 867 крупных и средних организаций (71,4 % от общего количества) получили прибыль в размере 57 603,6 млн. рублей (77,2 % к 2012 году). Сумма убытков предприятий равнялась 20 346,6 млн. рублей (140,7 %).

Положительная динамика роста прибыли наблюдается по следующим видам экономической деятельности:

- здравоохранение и предоставление социальных услуг (240,5 % к 2012 году);
- производство и распределение электроэнергии, газа и воды (169,3 %).

Отрицательная динамика имеет место по следующим видам экономической деятельности:

- гостиницы и рестораны (37 % к 2012 году);
- добыча полезных ископаемых (38,7 %);
- обрабатывающие промышленность (65,7 %);
- сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство (73,7 %);
- строительство (93,5 %) [4].

Таким образом, проведённое исследование позволяет сделать вывод о том, что уровень и качество жизни населения в Челябинской области улучшилось, т. к. увеличился доход населения, средняя заработная плата, уменьшилась официально зарегистрированная безработица.

Список литературы:

1. Генкин Б.М. Экономика и социология труда. Учебник для вузов. 2-е издание, испр. и доп. М.: Норма-Инфа. М., 2009. — 412 с.
2. Осипов Г.В. Российская социологическая энциклопедия. М.: Норма-Инфа М., 2008. — 672 с.
3. Покидченко М.Г., Чаплыгина И.Г. История экономических учений: Учебное пособие. М.: ИНФРА-М., 2008 — 271 с.
4. Официальный сайт Челябинской области // Экономика Челябинской области — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.econom-chelreg.ru/socreview>(дата обращения 10.03.2014).
5. Словарь экономических терминов — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL:<http://www.bank24.ru/info/glossary/?srch=%DD%CA%CE%CD%CE%CC%C8%D7%C5%D1%CA%C8%C9+%CA%D0%C8%C7%C8%D1>(дата обращение 10.03.2014).

РАЗВИТИЕ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕГИОНА

Радченко Алена Сергеевна

*студент 4 курс, кафедры Экономики, организации и управления производством,
ТюмГНГУ,
РФ, г. Тюмень
E-mail: alena22292@mail.ru*

Симарова Ирина Сергеевна

*научный руководитель, ассистент кафедры Экономики,
организации и управления производством, ТюмГНГУ,
РФ, г. Тюмень*

Конкурентоспособность региона складывается из множества показателей, индикаторов, критериев, условий и факторов развития, а также механизмов ее повышения. Все составляющие конкурентоспособности должны, во-первых, дополнять друг друга, а, во-вторых, способствовать повышению уровня качества жизни населения региона. К таким составляющим можно отнести науку и образование, инновации и инвестиции, разнообразную инфраструктуру, реальный сектор экономики, бизнес и услуги, природные и трудовые ресурсы.

Инновационное развитие региона выступает одним из факторов его конкурентоспособности, так как именно инновации способны создавать новые знания, новые продукты и технологии, услуги; повышать квалификацию кадров и создавать новые формы организации производства, что, в свою очередь, приводит к формированию конкурентных преимуществ региона и способствует повышению уровня его конкурентоспособности.

В этом контексте можно говорить об инновационной конкурентоспособности региона, которая определяется как его способность к обеспечению сильных конкурентных позиций за счет инновационного развития, направленного на достижение устойчивого экономического роста и повышение качества жизни населения региона.

Инновационный потенциал региона представляет собой совокупность интеллектуальных, материально-технических, информационных и других

ресурсов, предназначенных для собственного развития, что открывает возможности для появления инновационной восприимчивости и активности [1]. Он предстает в виде научно-исследовательских, проектно-конструкторских, технологических организаций, экспериментальных производств, опытных полигонов, учебных заведений, персонала и технических средств этих организаций.

Для оценки конкурентоспособности региона автором предлагается индикативная система. Предлагаемая система индикаторов включает три уровня: субиндикатор, интегральный индикатор и агрегированный индикатор (таблица 1).

Таблица 1.

Уровни индикативной системы оценки уровня конкурентоспособности

Название	Описание
Субиндикатор	Показатель официальной статистики, характеризующий уровень конкурентоспособности и описывающий состояние конкретного процесса во времени
Интегральный индикатор	Комплексный показатель, получаемый методом многомерного сравнительного анализа (сравнение значений одного субиндикатора различных субъектов, подвергающихся оценке)
Агрегированный индикатор	Инструмент оценки уровня конкурентоспособности региона, получаемый в ходе агрегации (суммирования) интегральных индикаторов с возможным дополнением весовых коэффициентов для каждого из интегральных индикаторов.

Для комплексной оценки конкурентоспособности региона необходимо учитывать экономические, социальные и экологические показатели развития территории. Однако, в современных условиях на передний план среди показателей, влияющих на уровень конкурентоспособности региона, выходят показатели, характеризующие его инновационное развитие. В этой связи автором предлагается набор субиндикаторов, состоящий из пяти групп:

- экономические — как основа для реализации основной целевой задачи: устойчивого развития региона;
- социальные — как условия, характеризующие комфортное проживание населения на территории региона;

- экологические — как условия, формирующие среду обитания населения региона;

- ресурсообеспеченности — как производственная снова;

- инновационные — как условия, необходимые для формирования конкурентных преимуществ региона.

Для определения субиндикаторов, на основе которых будут рассчитываться интегральные индикаторы, был использован метод экспертного отбора. Конечный набор субиндикаторов представлен в таблице 2.

Таблица 2.

Набор субиндикаторов, определяющих уровень конкурентоспособности региона

Экономический индикатор	Социальный индикатор
ВРП на душу населения	Ввод в действие общей площади жилых домов на 1000 населения
Оборот организаций	Миграционный прирост, убыль(-) на 10 тыс. населения
Объем отгруженных товаров собственного производства, выполненных работ и услуг собственными силами	Численность населения с денежными доходами ниже прожиточного минимума, в % от общей численности населения
Оборот розничной торговли	Число больничных коек на 10 тыс. населения
Объем платных услуг населению	Уровень зарегистрированной безработицы на конец года
Расходы консолидированного бюджета	Расходы консолидированного бюджета на здравоохранение и спорт
Инвестиции в основной капитал на душу населения	Расходы консолидированного бюджета на образование
	Среднедушевые денежные доходы населения в месяц
Экологический индикатор	Инновационный индикатор
Уловлено и обезврежено загрязняющих веществ в % к общему количеству загрязненных. веществ, отходящих от стационарных источников	Число инновационно - активных организаций на конец года
Использовано и обезврежено отходов производства и потребления, тыс.тонн	Объем отгруженных инновационных товаров, выполненных работ, оказанных услуг
Инвестиции в основной капитал на охрану окружающей среды, млн. руб.	Затраты организаций на технологические инновации по видам экономической деятельности
	Число организаций, выполнявших научные исследования и разработки

Индикатор ресурсобеспеченности
Наличие основных фондов на конец года по полной учетной стоимости по полному кругу организаций
Численность экономически активного населения
Уровень экономической активности населения (экономически активное население)
Выпуск квалифицированных рабочих
Выпущено специалистов СПО на 10 тыс. населения
Выпущено специалистов ВПО на 10 тыс. населения
Добыча полезных ископаемых
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды
Густота автомобильных дорог с твердым покрытием

После формирования набора субиндикаторов по каждому направлению рассчитываются интегральные индикаторы. Для сопоставления и наилучшей интерпретации полученных результатов оценки конкурентоспособности Тюменской области (без АО) необходимо проводить расчет и по другим регионам, которые послужат базой для сравнения. Для этого автором предлагается использовать метод многомерного сравнительного анализа. Суть данного метода заключается в ранжировании регионов по численным значениям каждого из субиндикаторов с присвоением соответствующего места региону. При этом для каждого субиндикатора определяется наилучшее значение (максимальное или, в некоторых случаях, минимальное, как, к примеру, удельный вес убыточных хозяйств), которое принимается за единицу. Далее показатели по каждому региону сопоставляются со значением наилучшего показателя. Расчет производился по трем регионам: Тюменская область (без АО), Ханты-Мансийский автономный округ — Югра (ХМАО-Югра) и Ямало-Ненецкий автономный округ (ЯНАО).

Результаты расчета интегральных индикаторов конкурентоспособности регионов представлен в таблице 3.

Таблица 3.

Значения интегральных индикаторов конкурентоспособности Тюменской области (без АО), ХМАО-Югры и ЯНАО в 2011 г., балл

Территория	Интегральный индикатор				
	Экономический	Социальный	Экологический	Ресурсообеспеченности	Инновационный
ХМАО	6,01	6,36	2,29	8,34	2,39
ЯНАО	5,25	6,46	1,36	4,41	2,99
Тюм. обл. (без АО)	4,62	6,49	2,29	7,07	3,07

В 2011 г. лидирующую позицию по большинству интегральных индикаторов занимал Ханты-Мансийский автономный округ — Югра, индикаторы Тюменской области (без АО) имели средние значения по отношению к ХМАО-Югре и ЯНАО.

Для расчета агрегированного индикатора конкурентоспособности региона необходимо проранжировать и определить весовые коэффициенты каждого из интегральных индикаторов. Наибольший весовой коэффициент был присвоен первому и второму индикаторам, так как уровень их развития оказывает наибольшее влияние на состояние развития региона в целом. Инновационному индикатору был присвоен средний весовой коэффициент, что также подчеркивает значимость инновационного развития в обеспечении конкурентоспособности региона.

Таким образом, формула, определяющая агрегированный индикатор (I_a) с учетом ранжирования ее слагаемых, примет следующий вид:

$$I_a = 0,3I_{эк} + 0,3I_{ск} + 0,1I_{эк} + 0,1I_{рк} + 0,2I_{ик} \quad (1)$$

Результаты расчета агрегированного индикатора по трем территориям представлены в таблице 4.

Таблица 4.**Оценка конкурентоспособности Тюменской области (без АО),
ХМАО-Югры и ЯНАО в 2007—2011 гг., балл**

Региона	Агрегированный индикатор уровня конкурентоспособности				
	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.
ХМАО-Югра	5,42	5,23	5,22	5,02	5,25
ЯНАО	4,68	4,68	4,69	4,86	4,69
Тюм. обл. (без АО)	4,97	4,81	4,83	4,61	4,89

Тюменская область (без АО) в сопоставлении с анализируемыми территориями имеет средний уровень конкурентоспособности. Лидирующая позиция на протяжении всего исследуемого периода принадлежала ХМАО-Югре, что свидетельствует о высоком уровне экономического, социального, экологического и ресурсного потенциалов данной территории. В свою очередь ЯНАО уступает Тюменской области (без АО) по всем пяти индикаторам на протяжении 2007—2011 гг.

Наибольшее отставание в значениях индикаторов Тюменской области (без АО) наблюдается в экономической сфере. Это связано с низкими показателями ВРП на душу населения, оборотом организаций, количеством инвестиций в основной капитал. Таким образом, Тюменская область (без АО) в 2011 г. имела серьезное отставание в уровне развития экономических субиндикаторов от ХМАО-Югры и ЯНАО, что не позволило данной территории занять лидирующую позицию по уровню конкурентоспособности среди анализируемых регионов.

Для анализа результатов оценки уровня конкурентоспособности региона необходимо проанализировать состав агрегированного индикатора (рисунок 1).

Наибольший вклад в агрегированный индикатор во всех регионах вносит социальный индикатор. Лидирующую позицию в 2011 г. по уровню данного индикатора занимает Тюменская область (без АО). На втором месте по вкладу в агрегированный индикатор находится экономический индикатор. По данному индикатору лидером в 2011 г. являлся ХМАО-Югра. Самый незначительный вклад в состав агрегированного индикатора вносит экологический индикатор.

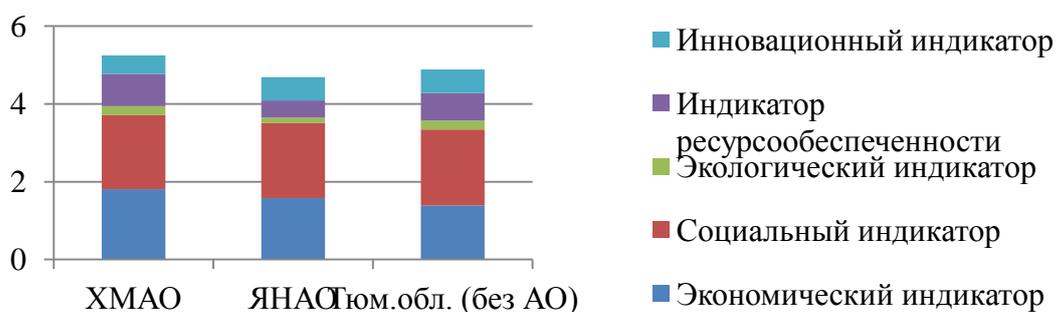


Рисунок 1. Состав агрегированного индикатора конкурентоспособности регионов в 2011 г., балл

Исследуя состав агрегированного индикатора конкурентоспособности Тюменской области (без АО), можно выделить индикаторы, по которым рассматриваемая территория лидирует. К ним относятся индикаторы, характеризующие инновационный и социальный потенциалы. Динамика инновационного индикатора представлена на рисунке 2.

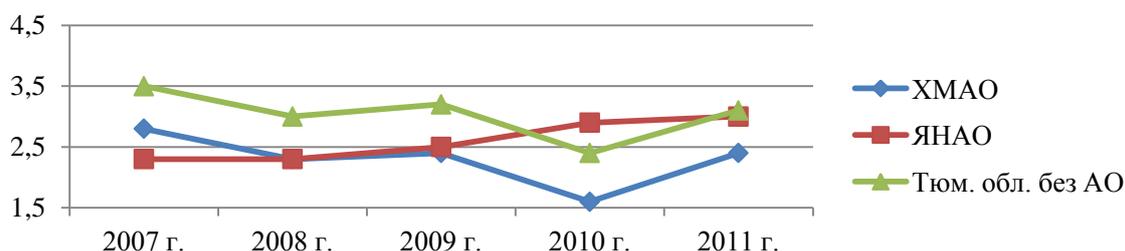


Рисунок 2. Динамика инновационного интегрального индикатора, балл

Тюменская область (без АО) на протяжении 2007—2011 гг. имела лидирующую позицию по уровню инновационного развития, за исключением 2010 г. Это свидетельствует о том, что данный регион имеет серьезный инновационный потенциал, а инновации, в свою очередь, должны стать опорой для развития Тюменской области (без АО) и условием обеспечения повышения качества жизни населения.

К возможностям, способствующим инновационному развитию в регионе, относятся: наличие структур, оказывающих поддержку научно-технической деятельности, инновационно-ориентированная региональная политика,

многоотраслевая структура экономики региона как база для внедрения результатов НИОКР. Все это свидетельствует о том, что дальнейшее развитие региона должно основываться на инновационном потенциале, которым обладает Тюменская область (без АО).

Перспективное развитие Тюменской области (без АО) предполагает его самоопределение, под которым понимается процесс и результат выбора целей и средств социально-экономического развития. В ходе самоопределения региона отправным моментом является понятие «образ региона», то есть его видение в будущем, краткое и лаконичное выражение того, чем он должен являться в перспективе [2].

На сегодняшний день Тюменская область (без АО) воспринимается жителями других регионов Российской Федерации как «месторождение нефти и газа», «далекий северный край», «богатый регион», что подтверждается результатами исследований ВЦИОМ.

Результаты оценки конкурентоспособности региона и проведенный анализ его сильных сторон позволяют сделать вывод, что дальнейшее развитие и позиционирование исследуемого региона должно быть тесно связано с процессом формирования необходимого образа региона.

В качестве образа для Тюменской области (без АО) в условиях инновационной направленности его развития автор предлагает образ «Центра инноваций». «Центр инноваций» — это регион, привлекательный для организаций и индивидов, занимающихся разработкой и внедрением инновационных идей и проектов; регион, способствующий эффективному функционированию фирм и предприятий, ориентированных на инновационное развитие или создание инноваций; регион, привлекательный для отечественных и зарубежных инвесторов и регион, обеспечивающий высокий уровень качества жизни населения.

Результатом достижения желаемого образа региона должно стать то, что Тюменскую область (без АО) будут воспринимать как регион привлекательный для жизни и развития инновационного бизнеса, обладающий

необходимыми условиями для творческого развития, созидательной деятельности и самореализации личности, безопасного и комфортного проживания людей, поддерживающих устойчивое социальное и бизнес-взаимодействие, позитивно ассоциирующих себя с Тюменской областью, строящих и реализующих свои жизненные стратегии во взаимосвязи со стратегией региона.

Список литературы:

1. Гришин В.В. Управление инновационной деятельностью в условиях модернизации национальной экономики. М.: Изд-во Дашков и К, 2009.
2. Полякова А.Г. Vision-технология как инструмент перспективного развития региона // Экономический журнал. — 2011. — Т. 22. — № 2. — С. 12—20.

ПРОБЛЕМЫ СТАНОВЛЕНИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ ПЛАТЕЖНОЙ СИСТЕМЫ

Салимханов Заур Арсланалиевич

*студент 4 курса, кафедра Бухгалтерского учета ДГУ,
РФ, г. Махачкала
E-mail: zaur3226@gmail.com*

Даудова Амира Анваровна

*научный руководитель, канд. экон. наук, доцент кафедры «Аудит,
экономический анализ и статистика» ДГУ,
РФ, г. Махачкала*

Санкции Запада заставили ЦБ форсировать развитие отечественной платежной системы

Крупнейшие мировые платежные системы Visa и MasterCard в конце прошлой недели заблокировали операции клиентов четырех российских банков из-за санкций, введенных в отношении РФ Западом. И хотя вопрос был решен достаточно быстро, Центробанк справедливо увидел в происшедшем угрозу финансовой стабильности страны, заговорив о срочном развитии Национальной платежной системы (НПС). Впрочем, вопрос, скорее всего, будут решать «обкатанным» способом — на основе платформы государственного «Сбербанка».

Вопрос обсуждался в Центробанке, где собрались представители российских платежных систем: УЭК, Union Card, Объединенной расчетной системы. В ходе встречи обсуждался ход создания НПС, а также способы, которыми можно исключить риски от введения санкций. Кроме того, встал вопрос потенциала существующих систем, в частности, можно ли на их базе создать локальную систему, способную конкурировать с международными игроками.

Банк России уже не раз заявлял о необходимости снижения зависимости российской банковской системы от иностранных платежных систем. По экспертным оценкам, в настоящее время доля платежной системы Visa на российском рынке достигает 60 %, MasterCard — до 35 %. Летом 2013 года

директор департамента регулирования расчетов Центробанка Роман Прохоров выступал за создание центра обработки транзакций, совершаемых на территории России. «Доля Visa и MasterCard — порядка 80—90 % в общем количестве карточек. И, соответственно, рубильник, который управляет этими карточками, находится вне зоны контроля России... Мы хотим, чтобы внутрироссийские транзакции обрабатывались под нашим контролем», — говорил он.

В мире уже есть примеры удачно решенной проблемы такого рода. Советник президента РФ Сергей Глазьев приводит в пример китайскую практику ухода от международных платежных систем в пользу национальной. «Они (китайцы) ввели национальный операционный центр и замкнули все расчеты по картам. Все платежи не выходят за пределы китайской юрисдикции. Это и надежнее, и дешевле многократно», — заявил он.

Если Национальная платежная система начнет стабильно работать, прибыль ее будет очень высокой. В частности, новая платежная система может стать обязательной для использования бюджетными организациями при начислении зарплат сотрудникам. Этот аргумент, по-видимому, учитывают все потенциальные участники проекта. Например, президент компании УЭК Алексей Попов предложил сделать национальную систему на базе платежной системы «Про 100» (выпуск универсальной карты, расчетным центром для которой выступает «Сбербанк»). На сегодняшний день карту «Про 100» выпускают только четыре банка — «Сбербанк», «Уралсиб», «Ак Барс» и «Московский индустриальный банк», еще 14 кредитных организаций имеют статус партнеров УЭК.

В «Сбербанке» отмечают, что с картой УЭК будут доступны заказ и оплата государственных и муниципальных услуг (например, оформление и выдача заграничного паспорта, справок и выписок и т. д.); дистанционная запись к врачу и получение медицинских услуг по программе обязательного медицинского страхования; получение социальных выплат и пособий; контроль за посещаемостью школы и успеваемостью ребенка; оплата проезда

в городском транспорте; оплата коммунальных услуг и иных платежей, переводы в сервисах «Мобильный банк» и «Сбербанк ОнЛ@йн», а также переводы в банкоматах и терминалах «Сбербанка». То есть по сути предлагается огромный набор услуг, в том числе социальных.

Герман Греф накануне сообщил, что Национальная платежная система на базе Универсальной электронной карты (УЭК) может быть запущена в России через полгода. «В последнее время отмечен буквально всплеск интереса к этой теме. Наша система «Про 100» (российская платежная система) на базе УЭК максимально готова к этому. Через полгода, думаю, можно будет полноценно говорить о ее реализации», — отметил он.

И все же вряд ли изменения произойдут столь быстро. Заменой Visa и MasterCard универсальная электронная карта может стать только после изменения работы банкоматов, говорит директор аналитического департамента United Traders Михаил Крылов. В условиях падения прибыли кредитных учреждений на внедрение новой платежной системы может уйти до двух лет. Часть банков будут охотнее использовать китайскую платежную систему Union Pay, чем аналог от «Сбербанка», поскольку им не нравится перспектива проводить свои расчеты через конкурирующее кредитное учреждение. Если не считать расходов банков на терминалы, ежегодные затраты на внедрение новой системы равны стоимости ее разработки в течение первых 10 лет, считает эксперт.

Если мы хотим быстро перейти на альтернативную платежную систему с минимальными затратами, стоит присмотреться к уже сформированным платежным системам, считают эксперты. Например, Union Card, «дочке» китайской China Pay, японской JBC. Эти платежные системы достаточно развиты, чтобы хотя бы рассматривать их как альтернативные; переход на них потребует гораздо меньших вложений и усилий, чем создание новой платежной системы практически с нуля.

Но если все-таки основой для развития станет платежная система «Про100», то для «Сбербанка» это будет несомненное преимущество, уверен

аналитик «Инвесткафе» Михаил Кузьмин. Тем более что сейчас обсуждается вопрос об обязательном переводе сотрудников бюджетных организаций на карты Национальной платежной системы — это означает дополнительный приток клиентов и средств в крупнейший банк страны. Если говорить о количестве работников, задействованных в государственных органах и органах местного самоуправления, то только таких сотрудников к 1 января 2013 года было свыше 1,57 миллиона человек. Плюс банк будет получать дополнительную комиссию от проведения платежей через Национальную платежную систему, аналогично как сейчас получают Visa и MasterCard.

Так что в данной ситуации можно говорить об усилении роли государства в банковской системе. Власти, судя по всему, будут решать задачу наиболее быстрым способом — на основе системы «Про100». Ведь зачем доверять частным компаниям, если есть свой, проверенный путь?

Национальная платежная система, которая сможет заменить Visa и MasterCard, будет создана в России до лета. Об этом заявил председатель комитета Совета Федерации по бюджету и финансовым рынкам Сергей Рябухин.

Другой из вариантов создания национальной платежной системы, кроме УЭК или ПРО100 — создание процессингового центра на территории России.

Первая попытка создания в России национальной платежной системы была предпринята еще в 1993 году Центробанком, однако она провалилась. Также неудачными были признаны и другие попытки создать такую систему в России, которые предпринимали частные компании. В 2005 году ЦБ заявлял, что общенациональная платежная система будет создаваться на базе системы Сбербанка «Сберкарт», которая в 2008 году была переименована в Объединенную российскую платежную систему (ОРПС).

Крупнейшими игроками российского рынка в настоящее время являются международные платежные системы Visa и MasterCard, на них приходится более 85% всех карт и операций по ним. Помимо международных в России действует около 20 платежных систем, большинство мелкие, а крупнейшими на

рынке являются ОРПС и «Золотая корона» (доли рынка — 3 и 5 % соответственно).

На 1 сентября Сбербанком было эмитировано более 35 млн карт, из которых на карты ОРПС приходится всего 3,5 млн, а остальные — на Visa и MasterCard.

Председатель НСФР Андрей Емелин указывает, что создание аналога в России в обозримой перспективе невозможно, хотя движение в этом направлении целесообразно начать как можно раньше. Емелин отмечает, что задачу локализации внутрироссийского процессинга по картам международных платежных систем нужно решать максимально оперативно, проанализировав все возможные способы ее решения (например, создание национального процессингового центра при ЦБ). При этом Емелин отмечает, что УЭК — локальная платежная система, она пока не может претендовать на статус международной. Впрочем, как замечает Емелин, 80 % транзакций по картам Visa и MasterCard сейчас — внутрироссийские транзакции.

Начальник аналитического управления банка БКФ Максим Осадчий считает, что затраты на создание национальной платежной системы могут составить десятки и даже сотни миллионов долларов в случае создания процессингового центра. Если национальная платежная система будет создана на базе российской платежной системы, речь будет идти о миллиардах долларов.

Сегодня был сделан первый шаг к созданию национальной платежной системы. Банк «Россия» объявил о решении работать только на внутреннем рынке и только с рублем. Новая система должна стать альтернативой Visa и MasterCard, от которых сейчас полностью зависят российские клиенты, и иностранные финансисты этим пользуются.

Банк «Россия» стал первым в новейшей истории российским банком, добровольно прекратившим операции на Западе. Попав под санкции США, «Россия», занимающая место в первой двадцатке в стране по стоимости активов, сегодня заявила о прекращении деятельности и в Европе.

Сообщив о решении работать исключительно на внутрироссийском рынке и только с рублем, «Россия» также объявила, что примет непосредственное участие в разработке и внедрении национальной платежной системы и будет ориентироваться исключительно на национальные рейтинговые агентства.

Это заявление можно считать неформальным стартом создания в России национальной платежной системы. Ранее предполагали, что систему будут создавать на базе «Сбербанка», однако банк «Россия» первым заявил о своем участии в ней.

Президент Владимир Путин, открывший в банке «Россия» счет, уже объявил, что, раз Китай и Япония смогли создать свои платежные системы, то Российская Федерация это сделает обязательно. До сих пор 200 миллионов банковских карт, выпущенных в стране, обслуживались почти полностью через западные системы. В российской платежной системе банк «Россия» будет играть не рядовую роль, считает спикер Совета Федерации.

Валентина Матвиенко, спикер Совета Федерации: «Впервые в России появился национальный банк, который будет работать только на национальном рынке. Появился первый финансовый институт, который будет полностью защищен от любых недобросовестных действий зарубежных государств. Этот банк будет иметь стратегическое преимущество в нашей стране, он будет привлекателен для компаний, предпринимателей, наших системообразующих компаний, ведущих расчеты в рублях на территории России. Также, я уверена, он будет привлекателен и для граждан».

На встрече с Путиным Валентина Матвиенко говорила о полном запрете иностранных операторов на российском рынке платежей. Однако в тот же день министр финансов Антон Силуанов заявил, что оснований отказываться от систем Visa и MasterCard у России нет: свою систему страна будет вводить параллельно. Это дорогой проект, но и выгоды немалые: если взимать десятую процента с операции, за год по России набегает 4 млрд. рублей. Национальная платежная система будет означать укрепление роли рубля, считают участники рынка.

Андрей Костин, председатель ВТБ: «Те изменения, которые происходят в банке «Россия», это шаг вперед к тому, чтобы наша экономика, наш банковский сектор стал поистине сектором национальной валюты. И возможности такие у нас имеются. Россия должна продавать наши ресурсы и нашу продукцию — от вооружения до газа и нефти — за рубли и покупать товары тоже за рубли. Тогда мы в полной мере используем те преимущества, которые дает нам рубль, как конвертируемая валюта. Я думаю, что это очень важная задача. Мы, повторяю, долго к этому шли. Я думаю, сейчас появился новый побудительный мотив, и другие банки будут намного шире в дальнейшем использовать расчеты в рублях».

Пример Китая действительно впечатляет: система Union Pay введена в 2002-м году. Сначала обслуживала только клиентов внутри страны, но уже через три года вышла на международный рынок и по состоянию на сегодняшний день работает в 140 странах, выпустила 3,5 млрд. карт, занимает второе место в мире после Visa по объему платежей. Благодаря туристам и эмигрантам, Китай смог продвинуть свою платежную систему в Европе и Америке.

России предстоят пока задачи в национальном масштабе, но, как считают в Совете Федерации, банк «Россия», который раньше привлекал не очень много депозитов, благодаря принятому сегодня решению вырвется вперед.

Сергей Рябухин, председатель комитета СФ по бюджету и финансовым рынкам: «Банк становится независимым от внешних угроз, внешних факторов и рисков. Он приобретает стратегическое преимущество в этой части по сравнению с другими банками, которые работают на территории Российской Федерации и которые сопряжены с внешними финансовыми рисками и финансовыми институтами. Это бесспорное преимущество, и в этом как раз и кроется смысл ожидания со стороны участников кредитно-финансовой системы Российской Федерации. Проще говоря, тысячи, десятки тысяч физических, юридических лиц ждут, когда на нашем банковском рынке появится такой национальный банк».

Ранее Рябухин выражал уверенность, что свою платежную систему Россия создаст до лета. Пока в Центробанке не готовы пояснить, возьмут ли за основу проекты, уже бывшие в разработке, или создадут что-то принципиально новое. При этом международный опыт учит интеграции: все национальные системы — Японии и Китая — после выхода на международные рынки заключили соглашения друг с другом и с американскими платежными системами, чтобы было легче продвигать свои банковские карты.

Список литературы:

1. Аитов Тимур. Создание национальной системы платежных карт — один из важных аспектов национальной безопасности // «Госбук». — 2014. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.gosbook.ru/node/85580/> (дата обращения: 11.04.2014).
2. Алешкина Татьяна. Банк России ищет альтернативу Visa и MasterCard // «РБК daily. Ежедневная деловая газета». — 1995. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://rbcdaily.ru/finance/562949990943583/> (дата обращения: 16.04.2014).
3. Рункевич Дмитрий, Малай Елена, Теслова Елена. В России предлагают создать национальную платежную карту // «Известия». — 2012. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://izvestia.ru/news/567903/> (дата обращения: 15.04.2014).
4. Трегубова Елена. MasterCard по-русски. Какой будет национальная платёжная система России // «Аргументы и факты». — 2008. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.aif.ru/money/economy/1130692/> (дата обращения: 14.04.2014).
5. Универсальная электронная карта (ПРО100) // «Сбербанк России». — 1997. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://www.sberbank.ru/moscow/ru/person/bank_cards/debet/uek/pro100/ (дата обращения: 16.04.2014).

**НОВЫЕ МЕРЫ НАЛОГОВОГО КОНТРОЛЯ
В СФЕРЕ ОБСЛУЖИВАНИЯ
КРЕДИТНЫМИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ НАЛОГОПЛАТЕЛЬЩИКОВ,
ПЛАТЕЛЬЩИКОВ СБОРОВ И НАЛОГОВЫХ АГЕНТОВ**

Салтыков Иван Константинович

*студент 4 курса, кафедра финансов, кредита и банковского дела, МЭСИ,
РФ, г. Москва
E-mail: persi93@mail.ru*

Чирков Роман Сергеевич

*студент 4 курса, кафедра финансов, кредита и банковского дела, МЭСИ,
РФ, г. Москва
E-mail: chirkov.rs@ya.ru*

Сычёва Елена Ивановна

*научный руководитель, старший преподаватель кафедры налогов
и налогообложения, МЭСИ,
РФ, г. Москва*

Одной из главных проблем в Российской Федерации на сегодняшний день являются незаконные финансовые операции, направленные на отмывание доходов, полученных преступным путём, финансирование терроризма, уклонение от уплаты налогов и таможенных платежей, а также получение коррупционных доходов (например, регистрация фирм-однодневок, отмывание денежных средств через оффшорные банки). Новые меры борьбы отразились в Федеральном законе от 28.06.2013 № 134-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в части противодействия незаконным финансовым операциям», в котором были приняты поправки более чем 20 законодательных актов, в том числе и в Налоговый кодекс РФ. В частности, изменения, касающиеся налогового контроля физических лиц.

В первую очередь существенные изменения претерпело определение самого банковского счета. Ранее под термином «счет» понимались расчетные (текущие) и иные счета в банках, открытые на основании договора банковского счета, на которые зачисляются и с которых могут расходоваться денежные средства организаций и индивидуальных предпринимателей, нотариусов,

занимающихся частной практикой, адвокатов, учредивших адвокатские кабинеты. С 1 января 2014 года «счет» — это расчетные (текущие) и иные счета в банках, открытые на основании договора банковского счета [1, ст. 11 НК РФ]. Согласно Федеральному закону от 28.06.2013 № 134-ФЗ теперь в сфере контроля налоговых органов будет находиться открытие (закрытие) счетов, вкладов (депозитов), изменение реквизитов счетов всех категорий налогоплательщиков, включая и физических лиц.

Законодательные органы вводят данные изменения поскольку, как указывает практика, обналичивание денежных средств производится не только через подставные организации (фирмы-однодневки), но и через физических лиц, путём перечисления на их счёт или банковскую карту определённых сумм денежных средств. В силу чего, с 1 июля 2014 года банк обязан сообщить в налоговый орган по месту своего нахождения информацию об открытии или о закрытии счета, вклада (депозита), об изменении реквизитов счета, вклада (депозита) организации, индивидуального предпринимателя, физического лица, не являющегося индивидуальным предпринимателем [3, п. 7 ст. 10].

В тоже время, в п. 1 ст. 86 НК РФ вносятся изменения, расширяющие обязанности банков. Так, банки обязаны:

- предоставлять информацию в налоговый орган о получении (прекращении) права организации, индивидуального предпринимателя использовать корпоративные электронные средства платежа для переводов электронных денежных средств, а также об изменении реквизитов корпоративного электронного средства платежа;

- предоставлять в налоговый орган в отношении организаций, индивидуальных предпринимателей и физических лиц, не являющихся индивидуальными предпринимателями, следующие справки [1, п. 2 ст. 86 НК РФ]:

- о наличии счетов, вкладов (депозитов) в банке;
- об остатках денежных средств на счетах, вкладах (депозитах);

- выписки по операциям на счетах, по вкладам (депозитам);
- выписки об остатках электронных денежных средств и о переводах электронных денежных средств.

- предоставлять информацию в налоговый орган о различных операциях со счетами, вкладами (депозитами) организаций, индивидуальных предпринимателей, физических лиц, не являющихся индивидуальными предпринимателями (вступает в силу с 1 июля 2014 года);

Информация сообщается в налоговый орган по месту нахождения банка. Передача сообщения по мотивированному запросу производится в электронной форме в течение трех дней со дня соответствующего события. Все вышеперечисленные справки организации и индивидуальные предприниматели обязаны предоставлять в налоговый орган [1, п. 2 ст. 86 НК РФ]:

- при проведении мероприятий налогового контроля;
- в случаях вынесения решения о взыскании налога;
- принятия решений о приостановлении операций по счетам;
- приостановлении переводов электронных денежных средств или об отмене приостановления операций по счетам, отмене приостановления переводов электронных денежных средств;

- на основании запроса уполномоченного органа иностранного государства в случаях, предусмотренных международными договорами Российской Федерации;

- в соответствии со ст. 93.1 НК РФ [3, п. 7 ст. 10], а именно, в случае, если вне рамок проведения налоговых проверок у налоговых органов возникает обоснованная необходимость получения документов (информации) относительно конкретной сделки, должностное лицо налогового органа вправе истребовать эти документы (информацию) у участников этой сделки или у иных лиц, располагающих документами (информацией) об этой сделке (вступает в силу с 1 июля 2014 года).

Что касается физических лиц, то справки могут быть запрошены налоговыми органами [1, п. 2 ст. 86 НК РФ]:

- на основании запроса уполномоченного органа иностранного государства в случаях, предусмотренных международными договорами Российской Федерации;

- при наличии согласия руководителя вышестоящего налогового органа или руководителя(заместителя руководителя) федерального органа исполнительной власти, уполномоченного по контролю и надзору в области налогов и сборов, в случаях проведения налоговых проверок в отношении этих лиц либо истребования у них документов (информации) в соответствии с п. 1 ст. 93.1 НК РФ [3, п. 7 ст. 10] (при рассмотрении материалов налоговой проверки на основании решения руководителя (заместителя руководителя) налогового органа о назначении дополнительных мероприятий налогового контроля).

Как говорилось выше, немаловажным законодательным новшеством, вытекающим из новой редакции п. 1 ст. 86 НК РФ, является применение к банкам дополнительной обязанности по сообщению информации в налоговые органы о различных операциях не только со счетами и электронными корпоративными средствами платежа, но и со вкладами (депозитами) организаций, индивидуальных предпринимателей и физических лиц. Согласно ст. 845 гл. 45 ГК РФ, банк открывает своим клиентам счета на основании договора банковского счета, по которому «обязуется принимать и зачислять поступающие на счет, открытый клиенту (владельцу счета), денежные средства, выполнять распоряжения клиента о перечислении и выдаче соответствующих сумм со счета и проведении других операций по счету». Понятие вклада (депозита) имеет другой экономический смысл, и в соответствии со ст. 834 гл. 44 ГК РФ «по договору банковского вклада (депозита) одна сторона (банк), принявшая поступившую от другой стороны (вкладчика) или поступившую для нее денежную сумму, обязуется возвратить сумму вклада и выплатить проценты на нее на условиях и в порядке, предусмотренных договором». Таким образом, понятие «счет», закреплённое ст. 11 НК РФ не покрывает понятие «вклада» (депозита), которое отсутствует в налоговом законодательстве,

вследствие чего можно сделать вывод о некоторой неполноте и несоответствии налогового и гражданского законодательства.

Согласно п. 1 ст. 88 НК РФ в рамках проведения камеральной налоговой проверки налоговый орган может проконтролировать только тот период, за который организация подала декларацию или расчет. В соответствии с п. 4 ст. 89 НК РФ в рамках выездной налоговой проверки может быть проверен период, не превышающий трех календарных лет, предшествующий году, в котором вынесено решение о проведении проверки. Однако при проведении камеральной, выездной проверки или при возникновении обоснованной необходимости налоговые органы вправе на основании ст. 93.1 НК РФ истребовать документы (информацию), касающиеся деятельности проверяемого налогоплательщика, плательщика сбора и налогового агента за любой период времени, даже если он превышает период, установленный для налоговых проверок. Данное подтверждается письмом Минфина России от 23.11.2009 г. № 03-02-07/1-519 [5]. То есть возникает некое противоречие между нормами налогового законодательства, которое зачастую используют налоговые органы для получения необходимой информации.

Вероятнее всего, Федеральный закон от 28.06.2013 № 134-ФЗ — это лишь первый шаг на пути совершенствования законодательства в области налогового контроля кредитных организаций по вопросам обслуживания организаций и физических лиц.

Список литературы:

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая): от 31 июля 1998 года № 146-ФЗ (принят ГД ФС РФ 16.07.1998 г.): (ред. от 01.01.2014 г.).
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая): от 26 января 1996 года № 14-ФЗ (принят ГД ФС РФ 22.12.1995 г.): (ред. от 30.01.2014 г.).
3. Федеральный закон от 28.06.2013 г. № 134-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в части противодействия незаконным финансовым операциям».

4. Федеральный закон от 02.12.1990 г. № 395-1 (ред. от 01.01.2014 г.) «О банках и банковской деятельности» «КонсультантПлюс: Практический комментарий основных изменений налогового законодательства с 2014 года»(ред. от 30.01.2014 г.).
5. Письмо Минфина РФ от 23.11.2009 г. № 03-02-07/1-519.
6. Гаврилова С.В. Обязанности банков информировать налоговые органы о личных счетах и вкладах (по Федеральному закону № 134-ФЗ от 28 июня 2013 года) // Компания «РосКо — Консалтинг и аудит». — 17.01.2014. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://rosco.su/press/?ELEMENT_ID=3380 (дата обращения 12.04.2014).

АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ НЕФТЯНОЙ ОТРАСЛИ РОССИИ И СКФО

Стародубцева Юлия Владимировна

*студент 4 курса, кафедра экономики и технологии управления,
ФГАОУ ВПО «Северо-Кавказский федеральный университет»,*

РФ, г. Ставрополь

E-mail: VATASHINO@yandex.ru

Нефтяная отрасль России — одна из крупнейших отраслевых комплексов России. Она обеспечивает ежегодно около 20 % ВВП страны, треть валютной выручки, связанных с экспортом нефтепродуктов, 25 % таможенных поступлений и около 50 % налоговых поступлений в федеральный бюджет.

Российский нефтегазовый комплекс может продолжать развиваться успешно. Для этого существует ряд предпосылок: большие территории позволяют искать новые месторождения для разработок традиционными и нетрадиционными способами; нефтяной комплекс изношен, поэтому его необходимая (вынужденная) модернизация повысит конкурентность выпускаемой продукции; потенциальные запасы ресурсов позволяют увеличивать добываемые объёмы. Стратегия развития топливно-энергетического комплекса до 2020 года включает ряд мер по повышению качества нефтепродуктов: ввод установок алкилирования, гидроочистки, изомеризации, риформинга, каталитического крекинга [5]. Стратегия развития топливно-энергетического комплекса до 2030 года предусматривает лишь наращивание достижения качественных показателей, структурные и контрольные изменения, так как планирование технологических и технических введений инноваций не является целесообразным для такого большого промежутка времени. Мини-НПЗ будут интегрироваться, так как не смогут выдержать конкуренции. «Интерфакс» сообщает, что ОПЕК ожидает в 2014 году увеличения добычи нефти на 30 тыс. баррелей в сутки по отношению к 2013 году (до 10,48 млн.тонн) [3].

Ежегодное увеличение дебитов скважин происходит не только благодаря увеличению дебитов конкретной скважины за год, но и при увеличении числа

скважин. Так по данным Федеральной службы государственной статистики увеличение общего фонда скважин происходят следующим образом в таблице 1 [6].

Таблица 1.

Общий фонд скважин на конец отчетного года (в единицах)

Регионы	Годы				Структура			
	2009	2010	2011	2012	2009	2010	2011	2012
Российская Федерация	336 679	347 397	354 280	367 335	0,95*	0,95*	1,00	1,00
Северо-Западный федеральный округ	8 907	9 255	9 477	9 730	0,03	0,03	0,03	0,03
Южный федеральный округ (с 2010 года)	11 217	11 236	8 753	8 781	0,03	0,03	0,02	0,02
Северо-Кавказский федеральный округ	10 745	10 754	10 738	10 758	0,03	0,03	0,03	0,03
Приволжский федеральный округ	134 874	136 617	137 900	141 128	0,40	0,39	0,39	0,38
Уральский федеральный округ	146 840	149 863	175 509	184 408	0,44	0,43	0,50	0,50
Сибирский федеральный округ	6 326	10 023	11 142	11 586	0,02	0,03	0,03	0,03
Дальневосточный федеральный округ	457	564	761	944	0,00	0,00	0,00	0,00

* — некоторые данные могут искажаться из-за методики расчёта

Доля СКФО по числу скважин составляет на данный момент только 3 % от общей добычи нефти в 2011—2012 годах. Для более ранних периодов эта цифра составляла так же 3 %. Доля незначительна, однако существует потенциал не для добычи нефти для экспорта, но для частичного самообеспечения округа продуктами переработки нефти.

Таблица 1 наглядно представлена на рисунке 1с аналогичным названием.

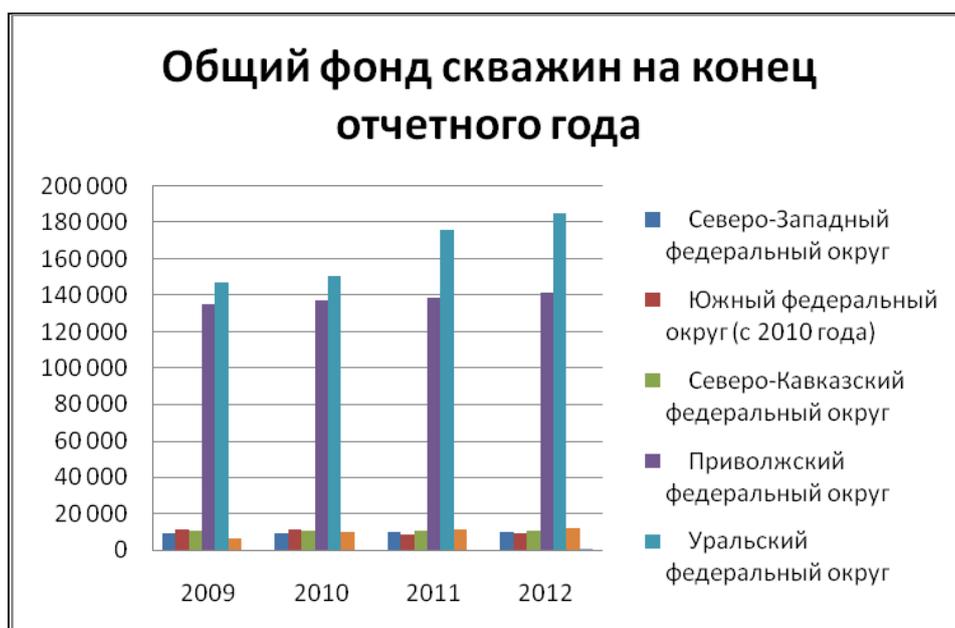


Рисунок 1. Общий фонд скважин на конец отчетного года

Из рисунка видно, что большие вклады в объёмы добычи нефти приносят Приволжский федеральный округ и Уральский федеральный округ (38 % и 50 % соответственно за 2012 год). В 2013 году Россия была мировым лидером по добыче нефти, которая составляла 17,079 млн. тонн нефти или 4,173 млн. баррелей в сутки [3]. По сообщению Центрального диспетчерского управления топливно-энергетическим комплексом (ЦДУ ТЭК), прошедший год увеличил добычу по отношению к 2012 году на 0,9 % или на 234,860 млн. тонн. В 2013 году Россия опередила по добыче Саудовскую Аравию на миллион баррелей [8].

Добыча нефти имеет определённую цену, которая включает как геологоразведочные затраты, стоимость полной установки оборудования, эксплуатацию скважин, доставку нефти до НПЗ и доведение её качественных параметров до необходимых технологических требований. В таблице 3 приведены тенденции полной себестоимости добычи нефти за 2009—2013 годы [6].

Таблица 3.

Полная себестоимость добычи тонны нефти по РФ (в руб.)

	2009				Средний темп роста	Динами ка роста
	I квартал	II квартал	III квартал	IV квартал		
Всего поставлено нефти	3 663,2	4 277,7	4 977,7	5 105,9	1,12	—**
добыча нефти	3 637,4	4 234,1	4 861,3	5 060,9	1,12	—
Нефть поставленная на экспорт	4 368,1	4 980,9	5 787,6	5 747	1,10	—
Нефть, поставленная на внутренний рынок	3 342,2	3 917,6	4 555,7	4 781,5	1,13	—
	2010					
	I квартал	II квартал	III квартал	IV квартал		
Всего поставлено нефти	5 124,2	5 322,7	5 420,2	5 838,1	1,04	0,93
добыча нефти	5 036	5 230,5	5 337,5	5 778,8	1,05	0,94
Нефть поставленная на экспорт	5 815	6 035,1	6 096,4	6 511,1	1,04	0,95
Нефть, поставленная на внутренний рынок	4 768,8	4 949,7	5 032,2	5 471,4	1,05	0,93
	2011					
	I квартал	II квартал	III квартал	IV квартал		
Всего поставлено нефти	6 411,3	6 815,3	7 007,2	6 986,5	1,03	0,99
добыча нефти	6 391,8	6 733,9	6 961,7	7 269,7	1,04	0,99
Нефть поставленная на экспорт	7 137,2	7 481,7	7 842,8	7 204,4	1,01	0,97
Нефть, поставленная на внутренний рынок	6 020,7	6 470,3	6 578	6 868,1	1,05	0,99
	2012					
	I квартал	II квартал	III квартал	IV квартал		
Всего поставлено нефти	7 604,3	7 313,3	8 217,6	8 273,1	1,03	1,00
добыча нефти	7 476,9	7 194,9	7 600,7	7 695,1	1,01	0,97
Нефть поставленная на экспорт	8 375,2	8 118,3	9 456,6	9 693,5	1,05	1,05
Нефть, поставленная на внутренний рынок	7 237,6	6 923,5	7 449	7 672,8	1,02	0,98
	2013					
	I квартал	II квартал	III квартал	IV квартал		
Всего поставлено нефти	7 987,2	7 945,4	8 405,2	8 846,4	1,04	1,00
добыча нефти	7 420,5	7 312,5	7 853,4	8 307,9	1,04	1,03
Нефть поставленная на экспорт	9 256,9	9 337,3	9 423,3	10 194,6	1,03	0,98
Нефть, поставленная на внутренний рынок	7 318,6	7 139,3	7 914,5	8 187,4	1,04	1,02

—** — данные по показателю отсутствуют, и далее в таблицах

В 2009 году рост себестоимости в году в среднем составил 1,12 для поставки нефти, для внутреннего рынка нефть повысила себестоимость в 1,13 раза, а для экспорта — 1,10 раза. К 2013 году данные показатели росли менее быстро, так рост себестоимости поставки нефти вырос лишь в 1,03 раза, для внутреннего рынка зафиксирован рост в 1,04 раза и для экспорта — 1,03 раза. Динамика по четырём показателям показывает, что себестоимость увеличилась за 2013 год по отношению к 2012 лишь на 0,8 %, в остальных же случаях происходило снижение.

Оценить потенциальное развитие отрасли помогут её экономические показатели, часто связанные с долей чистой прибыли от всех затрат. Прибыль, получаемая от экспорта, зависит от себестоимости нефти и от цены её закупки. Приведём для наглядности цен на нефть марки «Brent» за период 2009—2013 годы в абсолютных величинах и в динамике [6].

Таблица 4.

Среднегодовые цены на нефть марки «Brent» (долларов за баррель) и рост цен [7].

Годы	Цена	Рост цен
2009	61,9	0,63
2010	79,6	1,29
2011	111	1,39
2012	121,4	1,09
2013	108,8	0,89

На себестоимость продукции влияет и рост инфляции в стране. Приведём её показатели за 5 лет [1].

Таблица 5.

Показатели инфляции в РФ

Год	Рост инфляции в %	Динамика роста инфляции
2009	8,8	0,66
2010	8,78	0,99
2011	6,1	0,69
2012	6,58	1,08
2013	6,45	0,98



Рисунок 2. Динамика цен на нефть марки «Brent» (долларов за баррель) за 2008—2014 годы [2]

Для наглядности составим таблицу 6, где сведём данные по росту себестоимости добычи нефти, росту инфляции в стране и динамике роста мировых цен на нефть марки «Brent».

Таблица 6.

Динамика себестоимости добычи нефти в РФ, динамика роста инфляции и динамика роста мировых цен на нефть

Годы	Динамика средней себестоимости	Динамика роста инфляции	Динамика роста мировых цен на нефть
2011	1,054	0,695	1,394
2012	1,012	1,079	1,094
2013	1,010	0,980	0,896

Таким образом, из таблицы 6 видно, что динамика себестоимости нефти за 3 года показывает снижение; при том инфляция носила скачкообразный характер: так в 2012 году её индекс составил 1,08, а в 2013 году — 0,98; мировая динамика цен на нефть показала снижение цены в 2013 году на 11 % по отношению к 2012 году, как и предыдущие два года имели тенденцию к снижению. Общую динамику мировых цен можно проследить по рисунку 2.

Все выше перечисленные тенденции не свидетельствуют о положительно складывающейся ситуации на рынке нефти для России: себестоимость добычи растёт; темп роста мировых цен снижается; рост инфляции не совпадает с ростом себестоимости добычи нефти, положительное влияние оказывает только более низкий темп роста инфляции; из рисунка 2 видно, что экономический кризис сильно повлиял на цену нефти в 2008—2009 годах, но имел повышательную тенденцию до 2012 года, а далее постепенно цены на нефть начали снижаться.

Ещё одной ценослагающей экспорта нефти является экспортная пошлина. Для России она за последние три года имела снижательный характер: так, в 2012 году пошлина составляла 400 долларов США за тонну нефти, в 2013 году цена составляла 385,7 долларов за тонну, а в 2014 — 386,3 долларов за аналогичный объём [4].

На экспортную цену так же влияет дальность поставки и вид транспорта, который в разных пропорциях закладывает потери сырья (для железнодорожного транспорта они могут достигать до 30—80 долларов США за тонну нефти).

Одним из важнейших показателей раскрытия потенциала комплекса является уровень производственной мощности. Недостаточная загруженность производственных мощностей является негативной чертой хозяйствования, но её наличие позволит мгновенно увеличить объёмы выпускаемой продукции. Приведём в пример таблицу 7, характеризующую загруженности в некоторых видах деятельности нефтегазовой отрасли.

Из таблицы видно, что наиболее весомые отрасли нефтехимии, например производство масел, имеют загрузку производственных мощностей более 50—70 %. В некоторых подотраслях наблюдается снижение данного показателя, но есть и увеличения. Для СКФО в 2011 году резко снизилась загруженность по нефтяным парафинам с 84 % до 12 %, но в 2012 году выросла до 46 %. В России наблюдалась аналогичная ситуация — снижение показателя с 82 % до 46 % за 3 года; увеличена загрузка по битумам на почти 70 % в то время как по России этот показатель вырос лишь на 22 %. Излишне свободная

производственная мощность показывает неправильно запланированные изначально производственные мощности или недополученную прибыль.

Таблица 7.

Уровень использования среднегодовой производственной мощности за 2010—2012 годы (в процентах) по РФ [6]

	РФ					ЮФО				
	Уровень использования среднегодовой производственной мощности			Динамика роста		Уровень использования среднегодовой производственной мощности			Динамика роста	
	2010	2011	2012	2011	2012	2010	2011	2012	2011	2012
Битумы нефтяные и сланцевые	—	48,6		—	—	—	54,58	—	—	—
Битумы, т	43,25	48,6	59,49	1,124	1,224	44	54,58	92,61	1,24	1,697
Масла нефтяные смазочные	71,69	69,89	67,01	0,975	0,959	92,49	85,49	94,73	0,924	1,108
Нефть, поступившая на переработку (первичная переработка нефти)	—	92,69	—	—	—	—	90,97	—	—	—
Парафины нефтяные	81,71	54,06	45,67	0,662	0,845	84,27	12,5	46,26	0,148	3,701
Полимеры винилхлорида или прочих галогенированных олефинов в первичных формах	90,74	86,24	92,84	0,95	1,077	93,54	93,22	89,34	0,997	0,958
Полимеры этилена в первичных формах	85,87	84,95	73,11	0,989	0,861	4,62	—	—	0	—
Полиэфиры простые и сложные; поликарбонаты, смолы алкидные и эпоксидные в первичных формах	79,62	78,02	79,94	0,98	1,025	41,13	100	100	2,431	1
Смолы аминокформальдегидные в первичных формах	38,75	44,6	51,09	1,151	1,146	27,7	26,18	23,25	0,945	0,888

На загруженность производственной мощности влияют следующие факторы: потребности в некотором виде продукта, как в качественном смысле, так и в количественном; экономическая возможность организации поддерживать весь цикл производства в соответствии с различными

отраслевыми средними показателями; от политики налогообложения, от наличия конкурентоспособных аналогов и так далее. Для повышения загруженности можно предпринять следующие меры: увеличить долю на рынке сбыта продукции, повысить качественные параметры изготавливаемой продукции, совершить диверсификацию производства и так далее. Отечественная нефтехимическая отрасль не перерабатывают все добытые объёмы, большая часть нефти приходится на экспортные продажи, а цена на сырую нефть в 10 раз ниже, чем нефть, прошедшая первоначальные стадии переработки.

Роль СКФО в нефтяной отрасли можно повысить за счёт ведения инновационной деятельности, развития НИОКР, так как экстенсивное увеличение добываемый объёмов не может быть достигнуто за отсутствием необходимого количества ресурсов. Инновационная деятельность в регионе существуют, работает довольно успешно и обеспечивается институтами и организациями, занимающиеся научно-конструкторскими разработками. В регионе существует возможность экспорта нефти по морским путям.

Итак, нефтяной комплекс России осуществляет свою деятельность успешно: незначительные колебания внешних и внутренних факторов не способны кардинально поменять структуру комплекса или привести к его упадку. Как и в любой отрасли, существуют проблемы, но есть и перспективы развития. Рост экономических показателей отрасли будет обеспечиваться благодаря стабилизации экономики. Перспективное планирование позволит нормализовать все системы отрасли: добывающие, перерабатывающие, транспортировочные, что в свою очередь сможет реструктуризировать и модернизировать отрасль. К тому же для развития отрасли есть необходимые ресурсы. Поддержкой со стороны государства будут инвестиции и корректировка налогообложения. Сочетание всех возможных к применению тактик развития отрасли даст новую жизнь нефтяному комплексу.

Список литературы:

1. Информационный сайт «Уровень инфляции в России» [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: <http://xn----ctbjnaatncev9av3a8f8b.xn--> (дата обращения: 15.02.2014).
2. Информационный справочный портал Яндекс [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: <http://news.yandex.ru/quotes/1006.html> (дата обращения: 29.03.2014).
3. Официальный сайт газеты «Ведомости» [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: <http://www.vedomosti.ru/finance/news/14031191/oprek-prognoziruet-rost-dobychi-nefti-v-rf-v-2014g-na-30-tys#ixzz2ru2IY9zZ> (дата обращения: 15.02.2014).
4. Официальный сайт газеты «Российская газета» [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: <http://www.rg.ru/2013/12/16/neft-anons.html> (дата обращения: 17.12.2013).
5. Правовой сайт «КонсультантПлюс» Распоряжение Правительства РФ от 28.08.2003 № 1234-р (ред. от 15.06.2009) «Об Энергетической стратегии России на период до 2020 года» [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: <http://www.consultant.ru/law/hotdocs/14893.html> (дата обращения: 12.02.2014).
6. Российская Государственная статистическая служба [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: <http://www.fedstat.ru/indicator/data.do> (дата обращения: 30.03.2014).
7. Информационный сайт «Finanz.ru» [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: http://www.finanz.ru/birzhevye-tovari/neft-cena?utm_source=yandex_search&utm_medium=cpc&utm_content=cena_nefti_marki_brent_v1&utm_term=cena_nefti_marki_brent&utm_campaign=03CNX_Finanz (дата обращения: 23.03.2014).
8. Информационно-дискуссионный портал «Newsland» [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: <http://newsland.com/news/detail/id/1110332> (дата обращения: 05.02.2014).

БИТКОИНЫ — БУДУЩЕЕ ФИНАНСОВОЙ СИСТЕМЫ?

Соловчук Александра Викторовна

Кагирова Яна Валерьевна

*студенты 4 курса, кафедра мировой экономики ДВФУ,
РФ, г. Владивосток*

E-mail: sanechk_a@mail.ru, vsi-rf@mail.ru

Жабыко Людмила Ливерьевна

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

E-mail: Liveriy54@mail.ru

Современный век — век расцвета информационных технологий. Трудно представить себе человека, который не использовал бы достижения последних технологий в своей повседневной жизни. Глобальная сеть Интернет проникает все глубже во все сферы жизни; люди все чаще совершают различные покупки, заключают сделки. Первоначально для оплаты товаров и услуг через Интернет можно было использовать только пластиковые карты.

Однако подавляющее большинство участников Сети стараются использовать эти средства платежа при крайней необходимости, так как при оплате кредитной картой через Сеть владельцу карты приходится предъявлять продавцу личные сведения о себе: имя, номер пластиковой карты и срок действия карточки. При этом рискуют обе стороны. Покупатель рискует потерять деньги со счета, а продавец не знает, имеет ли он дело с законным владельцем карточки.

В связи с этим возникла необходимость в новом, более гибком, удобном и защищенном механизме, позволяющем без особых проблем совершать различные сделки, оплачивать покупки через Интернет. И такой механизм довольно скоро появился — электронные деньги или криптовалюта.

Электронные деньги — это программный механизм, предоставляющий продавцам и покупателям обмениваться денежными единицами через Интернет. На сегодняшний день криптовалюта является неотъемлемым элементом современного мира.

В 2008 г. была запущена принципиально новая электронная валюта «Биткоин», ставшей первой среди пиринговых криптовалют и феноменом в денежной сфере общества.

Bitcoin, Биткоин (англ. bit — единица информации «бит», англ. coin — «монета») — электронная пиринговая валютная система, впервые представленная обществу в 2009 г. Ее создателем является Сатоши Накамото, личность которого до сих пор неизвестна. Биткоин не является денежным заместителем, и это его принципиальное отличие от других систем электронных денег. Он ничем не обеспечен. Его эмитентом является не конкретное лицо, а участники системы. Биткоины образуются в процессе майнинга, т. е. использование вычислительной мощности компьютера для решения математических задач с постоянно возрастающим уровнем сложности, которые предложит система. В результате успешного решения, система выделяет порцию монет, которые распределяются между участниками в соответствии с вкладом. Однако никто в момент эмиссии биткоинов не берет на себя обязательства обменивать что-либо на них по фиксированному курсу. Курс обмена сейчас определяется исключительно балансом спроса и предложения.

Единицей учета в системе является один биткоин. При этом минимальный объем транзакции составляет 10^{-8} биткоина. Система биткоин функционирует на основании программного обеспечения с открытым исходным кодом, что исключает наличие скрытых «лазеек» и недокументированных возможностей в работе системы и, следовательно, частично гарантирует ее надежность [1].

Биткоин образует одноранговую сеть, т. е. не предусматривает наличие какого-либо руководящего органа. Система функционирует как взаимодействие между равноправными пользователями. Биткоин не зависит от какого-либо центра, занимающегося эмиссией валюты. Эмитировать валюту может любой пользователь системы. Данные о перемещении денежных средств хранятся в распределенной базе данных, находящейся на компьютерах пользователей.

Синхронизация базы данных между пользователями производится автоматически с использованием технологии, построенной на пиринговом сетевом протоколе. Надежность системы гарантируется использованием криптографических средств защиты. Смысл создания биткоина заключался в том, чтобы в киберпространстве появилась своя обособленная от традиционной финансовая система.

Считается, что первая официальная продажа биткоинов состоялась 25 апреля 2010 г. (1000 монет было продано за 0,3 цента каждая). При этом примечательно, что первая покупка реального товара за биткоины состоялась позже. В мае 2010 года, один из участников официального форума, купил пиццу за 10 000 биткоинов. Таким образом, на момент покупки сумма сделки составила около 30 долл. США [3].

10 февраля 2011 года был достигнут паритет между BTC и USD. Менее чем за год цена биткоина выросла более чем в 300 раз. Дальнейшее развитие биткоина привело к созданию необходимой инфраструктуры, прежде всего бирж по обмену биткоина на другие валюты. Первая из них была создана в июле 2010 г. — MtGox. Создание биржи увеличило ликвидность биткоина и позволило привлечь к нему внимание спекулянтов. Это в свою очередь сказалось на покупательной способности валюты. В настоящее время данная биржа является крупнейшей по купле-продаже биткоинов [4].

Биткоин имеет много преимуществ, например: отсутствие границ, быстрая обработка международных транзакций, низкая комиссия, безопасность. Биткоин принимают тысячи фирм, предприятий и сайтов, например: Subway, Wheely, eBay, Webmoney и т. д. Малый бизнес использует биткоин для того чтобы самостоятельно торговать этой валютой, либо платить меньше комиссионных (при оплате картой они достигают трех процентов, а вот при расчете биткоинами — менее одного).

Существенным недостатком этой криптовалюты является высокая волатильность цены. Курс валюты не контролируется и часто меняется, что может повлечь за собой огромные убытки. Еще один значительный

недостаток — анонимность, так как нельзя проследить транзакции средств, и не возможно доказать факт поступления средств.

27 декабря 2014 года в результате совещания по вопросу влияния криптовалюты на экономику страны, Банк РФ выпустил информационное сообщение об использовании биткоинов. Банк РФ предостерегает граждан о возможных опасностях. В сообщении указывается, что данные операции связаны с высокими рисками потерь собственных денежных средств, и не возможность защитить свои интересы из-за отсутствия правовой базы для регулирования данной криптовалюты [2].

Также отмечалась угроза использования биткоинов для финансирования теневого рынка. Средства могут быть переведены террористам, преступникам, использованы для легализации доходов, полученных преступным путем, а источник поступления при этом не определяется.

Банк РФ не одобряет использование биткоинов, так как в России уже установлена официальная валюта — рубль. А криптовалюта создает серьезную конкуренцию традиционным валютам, угрожает получению Центробанками эмиссионного дохода и может подрвать экономическую базу государственного аппарата.

Банк России поставил перед собой цель сформировать единый подход к определению правового статуса криптовалют, также обсудил дальнейшие направления работы по правовой регламентации сферы использования криптовалют и разработал некоторые меры, направленные на предотвращение нарушения имущественных прав граждан и организаций в указанной сфере.

По итогам совещания были приняты некоторые решения и выработаны дальнейшие совместные действия Банка РФ и правоохранительных органов по предотвращению правонарушений в сфере денежного обращения в России. Также отмечается, что будет продолжена работа по разработке мер об ограничении использования биткоинов на территории Российской Федерации [2].

На наш взгляд, полностью запретить использование биткоинов нецелесообразно, так как биткоин — это финансовый актив, который может эффективно использоваться как средство платежа. В последнее время криптовалюта набирает все большую популярность на мировом рынке, а количество ее держателей увеличивается.

Одной из причин желания государства отменить биткоины — анонимная транзакция. Но есть выход из этой ситуации, привязать биткоин-кошелек к банковской карте. Таким образом можно контролировать переводы средств. Положительный результат такой практики добилась компания Wheely. Она обязала клиентов компании, которые самостоятельно пополняют счет для оплаты услуг, следовать этой процедуре. В итоге компания не имеет обезличенных платежей.

Список литературы:

1. Биткоины // Гуманитарные и социальные науки. — 2012. — № 6. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL:<https://bitcointalk.org/> (дата обращения 15.04.2014).
2. Петров И., Алешкина Т. Контроль сделок с Bitcoin // RBK daily. — 2014. — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://rbcdaily.ru/finance/562949990487034> (дата обращения 15.04.2014).
3. Почему Биткоин так важен? — 2014. — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://xn--90a0ahqe0a.xn--p1ai/?p=24#more-24> (дата обращения 13.04.2014).
4. Deschapell A. How Bitcoin is Changing Everything // Coindesk. — 2014. — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.coindesk.com/analysis/> (дата обращения 13.04.2014).

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ ЗАНЯТОСТИ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ

Тарасов Алексей Анатольевич

*студент 3 курса кафедры автоматизированного электропривода
и мехатроники, института энергетики и автоматизированных систем
МГТУ им. Г.И. Носова,
РФ, г. Магнитогорск,
E-mail: lexan225@mail.ru*

Ключников Иван Александрович

*студент 3 курса кафедры автоматизированного электропривода
и мехатроники, института энергетики и автоматизированных систем
МГТУ им. Г.И. Носова,
РФ, г. Магнитогорск
E-mail: bars000bars@mail.ru*

Павел Викторович Лимарев

*канд. экон. наук, доцент кафедры экономики и маркетинга Магнитогорского
государственного технического университета им. Г.И. Носова,
РФ, г. Магнитогорск*

В настоящее время население Земли насчитывает более семи миллиардов человек. Почти 65 % людей экономисты относят к категории трудоспособного населения, или, как говорят специалисты — экономически активное население. То есть каждый второй человек занят или состоит на учёте в органах социальной занятости, а значит — приносит пользу экономике своей страны и всего мира в целом. Но рынок труда не может существовать стихийно, поэтому в любом экономически развитом государстве существуют механизмы регулирования занятости населения.

Как в Российской Федерации, так и в других странах безработными считаются граждане, которые в течение нескольких месяцев искали место работы, и, получив предложение, готовы вступить в должность в течение недели. Также к ним относятся и те, кто не искал работу, но по возрасту и физическому здоровью подходит к данной категории населения.

Российская политика занятости населения взяла за основу опыт западных стран, но в то же время имеет свои национальные особенности. В России существуют два понятия безработицы, чего нет в других странах мира:

официально зарегистрированная безработица и фактическая безработица. Официально зарегистрированная — это число безработных, состоящих на учёте в службе занятости и ищущих работу, но по данным аналитиков, этих людей почти в 4 раза меньше чем, фактических безработных. Такая разница обусловлена тем, что в нашей стране размер пособия стоит в рамках от 900 до 5000 рублей, поэтому безработные и не стремятся вставать на учёт. Для сравнения — в США размер пособия в переводе на рубли составляет 35 000 рублей, в Японии — 70 000 рублей, а в Европе доходит до 75 000 рублей. Из-за низкого пособия по безработице и отмечается такая разница в официальных данных [1, с. 7].

К одной из национальных особенностей относят и средний возраст безработных. К началу 2014 года в России он составил 35 лет, в США — 40, в Японии — 40 лет.

Перевес по количеству трудоспособных людей и людей пенсионного возраста показан на демографической пирамиде (рис. 1).

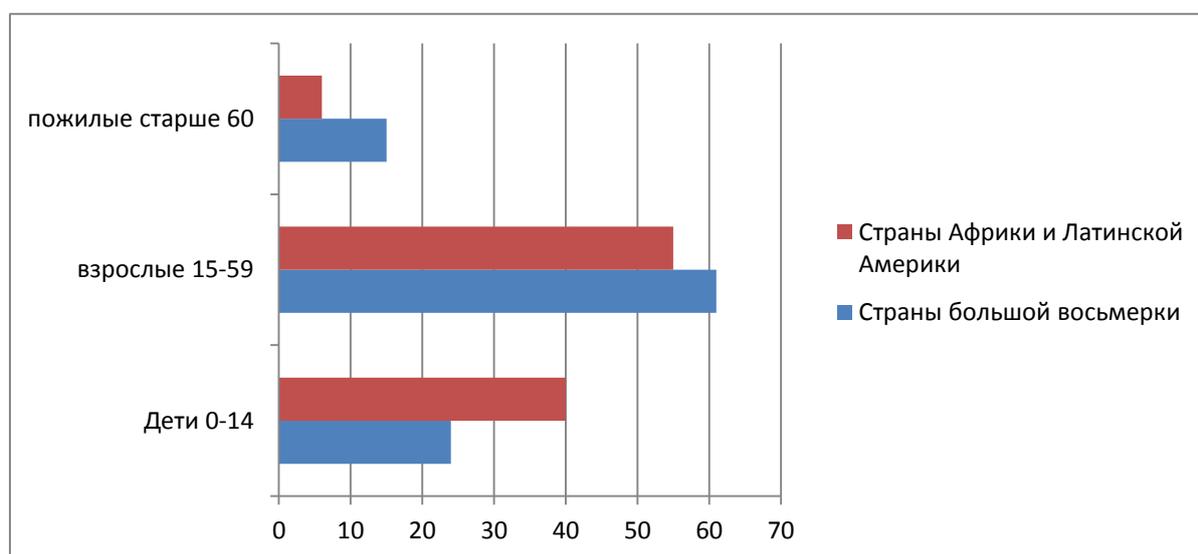


Рисунок 1. Демографические данные по возрастным группам населения [1, с. 3]

Проблему стареющего населения сегодня усугубляет кризисное положение экономики. Компании которые массово увольняют своих сотрудников, часто

предлагают бывшим работникам различные пенсионные схемы и социальные выплаты.

Старение населения для стран Европы, США, России, Японии становится одной из важных проблем, решение которой требует от властей этих стран поистине титанических усилий.

При рассмотрении особенностей занятости населения в Российской Федерации, специалисты уделяют большое внимание понятию «неформальная занятость». В отличие от других стран в нашей процент граждан, занимающихся неформальной деятельностью, достаточно велик. Это хорошо видно из таблицы 1 [1, с. 2].

Таблица 1

Доля теневого бизнеса в отдельных странах мира

Страна	Доля, в % ВВП	Страна	Доля, в % ВВП
Азербайджан	59,3	Австралия	14,0
Белоруссия	19,1	Австрия	9,0
Эстония	18,5	Бельгия	22,5
Казахстан	34,2	Дания	18,3
Латвия	34,8	Финляндия	18,9
Литва	25,2	Франция	14,9
Молдова	37,7	Германия	14,9
Россия	41,0	Великобритания	14,0
Украина	47,3	Греция	29,0
Болгария	32,7	Италия	27,3
Венгрия	28,4	Япония	11,1
Польша	13,9	Швеция	19,9
Румыния	18,3	Швейцария	8,1
Словакия	10,2	США	8,9

В данном виде занятости есть и положительные и отрицательные стороны, но объём неформальной занятости всё равно необходимо уменьшать, потому что доля теневого рынка никак не регулируется на законодательном уровне,

а значит может нанести серьёзный ущерб экономике. Необходимо вмешательство государства, совершенствование налоговой и общегосударственной политики. Ещё одним немаловажным фактором, отличающим нашу экономику от зарубежных, является наличие большого бюрократического аппарата.

В США пособие выплачивается 6,5 месяцев. Кроме того, у безработного в течение двух лет сохраняется страховка, которую раньше выплачивал работодатель, что является актуальным, если учитывать, что американская страховка является одной из самых дорогих в мире. Причина увольнения должна соответствовать закону. Работник, уволенный из-за неспособности выполнять поручения начальника или нарушения трудовой дисциплины, а также уволившийся по собственному желанию, не может претендовать на получение пособия.

Самыми незащищенными, по сравнению с остальными развитыми странами, можно считать японских граждан. В конце восьмидесятых годов XX века государство перестало справляться с регулированием занятости населения. Оно разрешило частным компаниям входить на рынок труда и быть посредником между сотрудником и работодателем, но с соблюдением определённых условий, прописанных в законах. Кроме выплаты пособия по безработице, японское законодательство не предусматривает каких-либо других социальных выплат [3, с. 1].

В Российской Федерации безработный должен собрать целый пакет документов, подтверждающих, что гражданин в данное время не имеет работы, но желает её получить. Основным плюсом нахождения на учёте по безработице является то, что у безработного не прерывается трудовой стаж, а это существенно влияет на размер пенсии. Пособие по безработице в нашей стране ниже прожиточного минимума, это, несомненно, минус, но безработный может как малоимущий гражданин получать субсидии на оплату коммунальных услуг [2, с. 7].

Ситуация с «неформальной занятостью» может и должна решаться. Для этого необходимо прежде всего на самом высоком уровне принять решение о полноценной компенсации денежных средств при потере человеком работы, при этом должна быть установлена высокая степень ответственности для «неформально занятых», особенно если они одновременно получают пособие и трудятся в теневой сфере экономики. Реально этого можно добиться, исключив коррупционную составляющую из оборота рынков труда и ликвидировав непомерно раздутые бюрократические аппараты (сохранив и увеличив при этом первичные организации). Опыт западных стран вряд ли может быть напрямую применён в Российской Федерации — прежде всего потому что величины бюджетов служб занятости существенно отличаются, а ещё более отличается распределение средств: если в западных странах большая часть бюджета расходуется на поддержку безработных, то в России — на обеспечение деятельности бюрократического аппарата служб занятости.

Рассмотрев и проанализировав государственную политику занятости на примере западных стран и России, мы пришли к выводу, что нашей стране необходимо на законодательном уровне поднимать статус государственной службы занятости, можно и нужно перенимать зарубежный опыт, но при этом полностью опираться на него не стоит.

Список литературы:

1. Газета «Аргументы и факты» — электрон. дан., [2013]. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.aif.ru> (дата обращения — 13.04.2014).
2. Дружинина С.В. «Государственная политика занятости населения и российская образовательная система: уровень взаимодействия, показатели» — электрон.дан., [2013]. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL:<http://www.cyberleninka.ru> (дата обращения — 13.04.2014).
3. Учебное пособие «Система государственного управления». Глава 7.2. Государственная политика в области труда и занятости населения — электрон. дан., [2013] [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL:<http://www.bibliotekar.ru> (дата обращения — 13.04.2014).

АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ФИНАНСОВЫХ ВЛОЖЕНИЙ

Тухфатуллин Руслан Радикович

*студент 4 курса Института экономики и финансов, К (П) ФУ,
РФ, Республика Татарстан, г. Казань.*

E-mail: trr_ruslan@mail.ru

Важной составной частью методики анализа финансовых вложений хозяйствующего субъекта является система показателей (а также методы и приемы их расчета), используемых для оценки их эффективности.

Вопрос об эффективности операций с финансовыми инструментами организация должна рассматривать в двух аспектах.

С одной стороны, под эффективностью финансовых инструментов можно понимать комплексную оценку доходности с учетом корректировок на уровень рисков и ликвидности (подход применяется в отношении активов, приобретаемых для торговли или удерживаемых до погашения).

С другой стороны, еще раз отметим, что современная экономическая теория в качестве главной цели деятельности хозяйствующего субъекта выдвигает обеспечение максимизации благосостояния его собственников, которое получает конкретное выражение в максимизации рыночной стоимости организации. Это положение разделяется всеми современными теоретиками, так как оно наилучшим образом реализует финансовые интересы владельцев организации. При таком подходе принимаются во внимание факторы времени, доходности и риска, что является более полным отражением мотивации финансово-хозяйственной деятельности организации.

Одним из основных и важнейших показателей эффективности финансовых вложений, является анализ их доходности.

Доходность — это относительный показатель характеризующий отношение дохода на актив за период к рыночной цене этого актива. Полная доходность учитывает как сам доход (процент дивиденд и т. д.), так и прирост курсовой стоимости актива.

Для правильного выбора методов анализа на первом этапе необходимо провести классификацию имеющихся финансовых вложений таким образом, чтобы классификационные подгруппы содержали элементы, однородные в отношении применяемых методов анализа. Итак, все финансовые вложения можно разделить на долговые и долевыe. Доходность долевыx ценных бумаг находится в общем виде по простой формуле которая ниже:

$$r = \frac{P_t - P_{t-1}}{P_{t-1}} + \frac{D_t}{P_{t-1}}, \quad (1)$$

где: r — полная доходность на актив за период;

P_t — цена актива в конце периода;

P_{t-1} — цена актива в начале периода;

D_t — полученный доход за период.

Для долговых ценных бумаг используется показатель доходности к погашению (англ. Yield to maturity; общепринятое сокращение — YTM), который представляет собой такую ставку дисконтирования, при которой приведенные к моменту покупки актива, будущие поступления денежных средств равны цене покупки. В результате такого расчета ставка доходности рассчитывается на каждую дату возможного предъявления финансового инструмента к погашению и на дату окончательного погашения обязательств. В результате такого анализа будет получен ряд значений процентной ставки, на основе которого может быть определена оптимальная (максимизирующая доходность) стратегия управления финансовыми инструментами: удерживать до погашения или предъявлять к досрочному погашению. Доходность к погашению (YTM) — это процентная ставка в коэффициенте дисконтирования, которая устанавливает равенство между текущей стоимостью потока платежей по облигации (CF) в период t и её рыночной ценой (P), общей формулой это можно записать следующим образом:

$$P = \sum_{t=1}^n \frac{CF}{(1+YTM)^t} + \frac{N}{(1+YTM)^n}, \quad (2)$$

Если же представить формулу расчета YTM, для облигаций с постоянным купоном, то ее можно выразить через формулу приведенной стоимости аннуитета постнумерандо, немного видоизменив ее:

$$P = \frac{C}{YTM} \left[1 - \frac{1}{(1+YTM)^n} \right] + \frac{N}{(1+YTM)^n}, \quad (3)$$

где: N — номинал;

C — купонная ставка;

P — рыночная цена облигации;

n — время от момента приобретения до момента погашения облигации.

Самым простым показателем оценки доходности является соотношение планируемых денежных поступлений за год (купонный доход, выплаченные проценты и т.п.) и цены приобретения финансовых инструментов. Указанное соотношение называется текущей доходностью финансового инструмента. В случае если финансовый актив приобретен с дисконтом относительно суммы, планируемой к получению в дату окончательного погашения (номинальной стоимости), то расчет текущей доходности должен учитывать величину дисконта, которая может быть признана в анализируемом периоде, согласно формуле 4, представленной ниже [1, с. 481]:

$$Y_{\text{тек.}} = \frac{C_t}{P} \times 100\% + \frac{\left(1 - \frac{P}{N}\right) \times 100\%}{T}, \quad (4)$$

где: $Y_{\text{тек.}}$ — текущая доходность финансового инструмента в период t;

C_t — сумма дохода в виде купона, процентов, планируемая к получению в период t;

P — цена покупки финансового инструмента;

N — номинальная стоимость финансового инструмента;

T — срок от момента покупки актива до даты его окончательного погашения.

При всей простоте расчета указанного показателя он не учитывает различия в текущей стоимости платежей, получаемых в разные моменты времени. Поэтому более часто используется показатель YTM.

В случае если долговые финансовые инструменты приобретаются для торговли (с намерением их реализовать до даты окончательного погашения, если такая стратегия позволит повысить эффективность инвестиций), при анализе их эффективности в расчет должны дополнительно приниматься факторы, оказывающие влияние на уровень рыночных цен и волатильность цены. Основным из таких факторов является преобладающий на рынке уровень процентных ставок (для финансовых инструментов с соответствующим уровнем риска, ликвидности и сроком обращения). Изменение уровня ставок в разной степени оказывает влияние на цену конкретного финансового инструмента, а абсолютное изменение цены является функцией срока, периодичности и уровня выплачиваемых держателю финансовых инструментов доходов, а также преобладающего уровня процентных ставок на рынке. Инструментами, позволяющими более наглядно представить указанную зависимость, являются расчет дюрации финансового инструмента. Для инвесторов данная величина играет важную роль, поскольку у облигаций с высокими дюрациями выше и риск и волатильность цены, чем у облигаций с низкими дюрациями [1, с. 482].

Под дюрацией понимается срок, в течение которого дисконтированная величина денежного потока, генерируемого активом, сравнивается с затратами на приобретение актива. Дюрация вычисляется по формуле [1, с. 482]:

$$D = \frac{\sum_{t=1}^n \frac{t \times C}{(1+i)^t} + \frac{n \times N}{(1+i)^n}}{P}, \quad (5)$$

где: D — дюрация финансового инструмента;

n — число денежных потоков;

t — время до осуществления каждой выплаты;

C — величина периодических выплат (купон, проценты);

i — требуемая инвестором доходность финансового инструмента исходя из его ликвидности и уровня риска;

N — номинальная стоимость финансового инструмента;

P — цена покупки долгового финансового инструмента.

Для определения волатильности цены финансового инструмента к изменению среднего уровня процентных ставок на рынке может использоваться формула модифицированной дюрации. Она является версией модели Маколея которая учитывает изменение процентной ставки. Поскольку процентная ставка влияет на доходность, ее колебание повлияет и на дюрацию. Таким образом, модифицированная формула показывает, как меняется дюрация при изменении доходности на 100 базисных пунктов (1 %) [1, с. 483].:

$$MD = \frac{D}{(1+Y_n)}, \quad (6)$$

где: MD — модифицированная дюрация;

Y_n — доходность финансового инструмента к погашению.

С использованием модифицированной дюрации зависимость изменения текущей стоимости потока платежей (цены финансового инструмента на рынке) от изменения среднего уровня процентных ставок выражается формулой [1, с. 483]:

$$\Delta P = -MD \times P \times \Delta i, \quad (7)$$

Как видно из формулы (7), у финансовых инструментах с высокой дюрацией колебание цены при изменении уровня рыночных процентных ставок будет выше, чем у активов с низкой дюрацией.

Анализируя формулы расчета доходности финансового инструмента, его дюрации и цены, можно вывести следующие закономерности. Если срок погашения и первоначальная цена финансового инструмента остаются постоянными, то чем выше купон, тем ниже волатильность, и чем ниже купон, тем выше волатильность. Если купонная ставка и первоначальная цена актива остаются постоянными, финансовый инструмента с более длительным сроком погашения будет отображать более высокую волатильность цены, а финансовый инструмента с более коротким сроком погашения будет отображать более низкую волатильность цены. Следовательно, если планируется осуществить финансовые вложения с минимальной волатильностью к процентной ставке, то оптимальным будет инструмента с высокими купонными выплатами и коротким сроком до погашения. Инвестор, который полагает, что процентные ставки будут снижаться, скорее будет инвестировать в финансовый инструмента с низкими купонными выплатами и длительным сроком до выплаты, поскольку эти факторы усилят рост цены актива [1, с. 483].

Чувствительность цены финансового инструмента к изменениям в процентных ставках также зависит от их доходности до погашения. Актив с высокой доходностью до погашения будет отображать более низкую волатильность цены, чем актив с более низкой доходностью до погашения (при равной купонной ставке и сроке погашения).

Анализ дюрации финансового инструмента позволяет выстраивать торговые стратегии, защищенные от изменения рыночного уровня ставок, которые называются «иммунизация». Цель этих стратегий состоит в подборе дюраций активов и источников их финансирования таким образом, чтобы изменение рыночного уровня ставок приводило к однонаправленному изменению стоимости таких активов и обязательств [1, с. 483].

Список литературы:

1. Ендовицкий Д.А. Экономический анализ активов организации: учебник/ Ендовицкий Д.А., Исаенко А.Н., Лубков В.А., Журавлева Н.В. М.: Эксмо, 2009 г.

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ МОЛОДОЙ СЕМЬИ НА ПРИМЕРЕ УРАЛЬСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА

Фахритдинова Гузель Мавлитовна

Крамор Илья Ильич

*студенты 3 курса кафедры автоматизированного электропривода и
мехатроники МГТУ им. Г.И. Носова,
РФ, г. Магнитогорск,
E-mail: guzelchka17@gmail.com
E-mail: darsy_tucker@mail.ru*

Лимарев Павел Викторович

*канд. экон. наук, доцент кафедры экономики и маркетинга
МГТУ им. Г.И. Носова,
РФ, г. Магнитогорск,
E-mail: lavrenty_p@mail.ru*

Проблема семьи всегда находилась в центре внимания многих политических деятелей, учёных и философов.

Создание семьи является одним из важнейших этапов в жизни человека. Влюбленные, кроме вступления в семейную жизнь, получают ещё и право стать счастливыми родителями. Конечно, об этом легко говорить, и со стороны всё это кажется не таким уж и трудным, но в жизни быть хорошими родителями и верными супругами — огромная ответственность.

Молодая семья — это семья в первые три года после заключения брака, при условии, что один из супругов не достиг 30-летнего возраста, а также неполные семьи с детьми, мать или отец которых не достигли 30-летнего возраста [1, с. 89].

Когда молодые семьи только создаются, они ещё не имеют полного материального достатка, у них нет своего жилья, а родители, в силу материальных трудностей, не всегда могут оказывать помощь своим детям, создавшим новую семью.

Молодые семьи зачастую сталкиваются с большими жилищными трудностями. Лишь некоторые из них имеют свое собственное жилье. Одним оно достаётся по наследству от бабушек, дедушек или от других

родственников, кому-то, бывает, дарят на свадьбу. Некоторые вынуждены жить в общежитии или в съёмных квартирах. Но наиболее часто встречаемый вариант — это совместное проживание с родителями. Это наиболее выигранный вариант, так как у молодых появляется свободное время для дополнительного заработка, для учебы и даже для досуга. Тем не менее, отдельное проживание — это, конечно, мечта каждой молодой семьи.

В России из общего числа семей — 49,9 миллионов — насчитывается примерно десять миллионов молодых семей. Из них около шести миллионов нуждается в улучшении жилищных условий.

Ещё одной важнейшей проблемой молодой семьи является проблема трудоустройства. Молодые супруги относятся к социальной группе «молодёжь», поэтому на ситуацию трудоустройства молодых супругов в целом влияет то, как обстоят дела на региональном рынке труда у молодежи и с какими трудностями она сталкивается в поиске работы.

Когда молодые люди впервые выходят на рынок труда, они часто идеалистически представляют свою будущую профессию, свою профессиональную карьеру. Столкнувшись с реальностью, большинство начинает испытывать сложное социально-психологическое состояние, которое сопровождается депрессиями, тревогами, чувством вины. Проблема трудоустройства на подходящую работу является одной из самых важных проблем для молодежи. Рассмотрим процентное соотношение безработных по Уральскому Федеральному Округу (табл.1).

Таблица 1.

Распределение безработных в зависимости от возрастной группы

Распределение безработных по возрасту	Значение, %
Безработные в возрасте 20—29 лет	37,1
Безработные в возрасте 30—39 лет	19,6
Безработные в возрасте 40—49 лет	19,2
Безработные в возрасте 50—59 лет	14,9
Безработные в возрасте 60—72 лет	2,3
Безработные в возрасте до 20 лет	6,9

Источник [3].

Из таблицы видно, что большинство безработных — это молодые люди в возрасте 20—29 лет.

Молодые специалисты из-за недостатка опыта не могут составить конкуренцию более опытным специалистам. Часто случается так, что они при снижении экономической активности предприятия в первую очередь попадают под сокращение. Значительную часть безработных на сегодняшний день составляют выпускники высших учебных заведений. Даже те молодые люди, которые получили престижное образование, не могут устроиться на работу по своей специальности. Зачастую работодатели ставят условием приёма на работу наличие опыта. Но откуда же опыт у молодых специалистов, которые буквально вчера только закончили образование?

Наиболее трудно устроиться на работу молодым замужним женщинам. Если брать на работу женщин, не имеющих пока детей, то они рано или поздно уйдут в отпуск по уходу за ребенком. А женщины с детьми обычно больше времени уделяют своей семье и своим детям. Поэтому работодатели стараются не брать в штат женщин, и если даже берут, то ставят жёсткие условия или берут без заключения договора.

Проблема с трудоустройством играет очень важную роль при формировании молодой семьи. Многие молодые люди из-за отсутствия постоянного места работы боятся строить семью, ведь семья — это огромная ответственность. Вследствие этого растет число гражданских браков. По данным Всероссийской переписи [2] число супружеских пар в нашей стране составило 33 миллиона. Из них 4,4 миллиона супружеских пар, то есть 13 %, состояли в незарегистрированном браке.

Анализ проведенных на Южном Урале опросов респондентов со средним возрастом 28 лет показал, что у 27 % из них трудности с жильем, проблемы с трудоустройством у 14,7 % респондентов и материальные проблемы у 23,2 % опрошенных. И приблизительно 13,9 % респондентов рассчитывают на поддержку со стороны государства.

Средняя заработная плата опрошенных составляет 10 900 руб. Как показало исследование, 33 % опрошенных полностью недовольны своим среднемесячным доходом и лишь 6 % респондентов устраивает их заработок. В связи с небольшим доходом мужчины, а в некоторых семьях и женщины, вынуждены искать дополнительный заработок. Количество таких респондентов составило 22,2 %. В основном молодые семьи тратят большую часть своих доходов на продукты питания (37,9 %), на детей тратят 24 %, на оплату ЖКХ — 19 %, на одежду — 8,6 % и на досуг — 3,4 % доходов. У 6 % семей проблема ипотеки, за которую они вынуждены отдавать большую часть месячного заработка, является главной в их доме.

74 % респондентов заявило, что не видят никакой перспективы в нашем городе и хотели бы перебраться по возможности в другие, более крупные города.

В настоящее время многие молодые люди уезжают на заработки в другие города или за границу, оставляя свои семьи. Длительное отсутствие дома, конечно же, не способствует укреплению семьи. И некоторые не выдерживают столь долгих разлук и вынуждены расстаться. А другие вовсе остаются там жить и заводят новую семью. Рассмотрим происходившие миграционные процессы по Уральскому Федеральному Округу (табл. 2).

Таблица 2.

Итоги миграции населения в 2013 году по УрФО

	Число прибывших, человек	2013г. в % к 2012г.	Число выбывших, человек	2013г. в % к 2012г.	Миграционный прирост(+), убыль (-), человек
Курганская область	33850	106,3	40674	100,5	-6824
Свердловская область	121274	104,3	119390	109,0	+1884
Тюменская область	196625	99,8	191983	108,9	+4642
Ханты Мансийский авт. Округ- Югра	80824	92,1	85302	103,0	-4478
Ямало-Ненецкий авт. округ	44191	99,9	52315	115,4	-8124
Челябинская область	94418	104,9	90303	105,9	+4115

Источник [4]

Около 14 % респондентов рассчитывает на поддержку со стороны государства.

Сегодня государство создает программы для молодых семей, которые направлены на приобретение жилья в ипотеку или на улучшение жилищных условий. Одной из таких программ, вступившей в силу в 2011 году, является целевая программа «Жилище», рассчитанная на 2011—2015 гг.

Молодая семья формирует новое поколение. И каким оно будет, во многом зависит от социального благополучия. Государство должно создавать необходимые условия для поддержки молодых семей в условиях тяжелой экономической ситуации, формировать большее количество проектов, которые были бы направлены на помощь молодым семьям. Если государство будет уделять должное внимание рассмотренным выше проблемам, то количество крепких молодых семей, безусловно, увеличится. Ведь приятно связывать себя узами семейной жизни и осознавать, что твое государство заботится о тебе, предоставляя благоприятные условия, иначе мы рискуем остаться без будущего. Кто же еще, если не молодежь, продолжит развитие нашей страны?

Список литературы:

1. Вишневский А.Г. Эволюция российской семьи // Экология и жизнь, 2008. — с. 89.
2. Всероссийская перепись населения 2010 года. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.demoscope.ru/weekly/2011/0491/регер01.php> (дата обращения 09.04.2014).
3. Международная экономическая статистика [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://statinfo.biz/HTML/M91F339L1.aspx> (дата обращения 11.04.2014).
4. Социально-экономическое положение федеральных округов — 2013 г. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1140086420641 (дата обращения 11.04.2014).

РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ КАПИТАЛА КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА, КАК ПОКАЗАТЕЛЬ ОЦЕНКИ ЕГО ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Хусаинова Светлана Ринатовна

*студент 5 курса, кафедра математических методов в экономике БашГУ,
РФ, Республика Башкортостан, г. Уфа
E-mail: forexample12@mail.ru*

Картак Вадим Михайлович

*научный руководитель, д-р физ.-мат. наук, профессор БГПУ им. Акмуллы,
РФ, Республика Башкортостан, г. Уфа*

Рентабельность капитала является важнейшим показателем эффективности и деятельности любого объекта хозяйствования, будь то предприятия, занимающиеся промышленностью, будь то организации, относящиеся к финансово-кредитной системе. Но нас интересует именно рентабельность капитала коммерческого банка.

В финансово-кредитной системе Российской Федерации уровень данного показателя достаточно велик. Это объясняется благоприятной ситуацией для банков на финансовом рынке. Рентабельность капитала банка отражает эффективность использования банковских средств. Она позволяет увидеть, насколько высока эффективность привлечения и размещения ресурсов, поступающих в распоряжение банка. Низкие показатели свидетельствуют о том, что недостаточно велика клиентская база. Даже если рыночная конъюнктура рынка не совсем благоприятна, банки способны оставаться рентабельными и сохранить клиентов благодаря широкой диверсификации, то есть предложению клиентам разнообразных банковских продуктов и услуг.

До недавнего времени анализ банковской деятельности в Российской Федерации не проводился, так как в этом не было необходимости. В настоящее время, когда коммерческие банки стали более самостоятельными, проведение такого анализа необходимо, причем этот анализ должен проводиться каждым банком самостоятельно. Такой анализ позволяет руководству продумать наиболее выгодную кредитную политику и принять ряд других решений, чтобы обеспечить прибыльность банка.

Рентабельность капитала — это отношение чистой прибыли на собственный капитал [3]. Несомненно, капитал имеет большое значение для коммерческого банка. Понятно, что банки, как и другие субъекты хозяйственных отношений должны иметь какую-то сумму денежных средств, по-другому мы называем их ресурсами. Как правило, под ресурсами мы понимаем собственные или привлеченные средства, которые имеются у банков и благодаря которым осуществляются банковские операции. Имея большой капитал, у банка уменьшается риск возникновения проблем, связанных с банковскими операциями. Также нужно отметить, что благодаря капиталу у банка есть возможность заимствовать средства у других источников по сравнительно низким процентным ставкам. И, конечно же, чем больше капитал у банка, тем лучше его репутация, то есть большой капитал гарантирует банку стабильность.

Что касается чистой прибыли, то ее источником выступает операционная деятельность, которая включает в себя предоставление кредитов и услуг, операции с валютой и ценными бумагами. Естественно, что кредитные процентные ставки должны быть больше, чем депозитные, иначе банк не будет получать прибыль. То же самое и с ценами от покупки и продажи ценных бумаг и валюты.

Если взять в качестве примера ОАО «Сбербанк России», то он занимает лидирующие места в рейтингах российских банков практически по всем показателям, но по рентабельности капитала он несколько отстает от других банков и находится лишь на 145 месте (на март 2014 года) [1]. Он уступает многим менее известным банкам, о которых некоторые из нас вообще не слышали. Неужели это говорит о том, что эти банки работают более эффективно, что их финансовое состояние лучше, и что именно им стоит отдать предпочтение вкладчикам, ведь рейтинги для того и существуют. Однако этого не происходит.

Теперь составим рейтинг известных коммерческих банков России по рентабельности капитала [1]. Он представлен в таблице:

*Таблица 1.***Рейтинг коммерческих банков России по рентабельности капитала**

Место в рейтинге	Наименование банка	Рентабельность капитала, %
1.	Транснациональный Банк	58,98
2.	Авангард	33,38
3.	Альфа-Банк	27,5
4.	Росбанк	24,17
5.	Башкомснаббанк	22,77
6.	Ситибанк	21,93
7.	Сбербанк России	20,24
8.	Юникредит Банк	17,92
9.	Финам Банк	15,43
10.	Инвесткапиталбанк	12,09
11.	Внешпромбанк	10,12
12.	Инвесторбанк	9,08
13.	Транскапиталбанк	7,51
14.	ВТБ	6,48
15.	ВТБ 24	3,63
16.	Газпромбанк	1,89
17.	Россельхозбанк	1,56
18.	Промсвязьбанк	0,93
19.	Уралсиб	0,51
20.	Банк Москвы	0,26

Здесь, как мы видим, Сбербанк занимает седьмое место. Если взять такие страны, как США и Великобритания, то средний показатель рентабельности капитала составляет там около 10—12 %. Для российской инфляционной экономики данный показатель должен быть выше, поэтому, показатель рентабельности капитала ОАО «Сбербанк России», равный 20,24 %, является вполне приемлемым.

В настоящее время число банков возрастает, это говорит о том, что у ОАО «Сбербанк России» появляется все большее число конкурентов. Конечно, многие новые банки не вызывают такого доверия как ведущий коммерческий банк России, но нужно учитывать и тот факт, что процентные ставки по депозитам в этих банках гораздо выше, и, соответственно, процентные ставки по кредиту ниже. Поэтому можно предположить, что число клиентов Сбербанка уже не будет расти так же быстро, как раньше. Однако при внешних жестких условиях экономики менее востребованным банкам будет очень

сложно тягаться с ОАО «Сбербанк России». И главным преимуществом в этом, наверное, выступает огромная филиальная сеть Сбербанка, а также то, что банк востребован не только в Российской Федерации, но и на международном рынке [4].

Однако, вовсе не обязательно, что самые высокие показатели рентабельности капитала должны быть у крупнейших банков. Банки с равными возможностями могут достичь совершенно разных результатов. И наоборот, одинаковые показатели рентабельности капитала могут быть у совершенно разных банков (то есть с различным капиталом и доходностью актива).

Оценка рентабельности капитала – это важнейшее звено финансового анализа состояния любой организации, занимающейся финансовой деятельностью. Не всегда снижение рентабельности капитала предвещает беду, то есть банкротство. Данный показатель следует рассматривать в сравнении с предыдущими периодами или же с рентабельностью капитала других организаций.

Причины, по которым может снизиться рентабельность капитала банка — это снижение объемов услуг, увеличение расходов и прирост активов. Снижение объемов услуг может быть вызвано снижением спроса на услуги и даже плохой работой менеджмента. Чтобы обеспечить банку достаточно высокую рентабельность капитала необходимо стремиться к максимальной прибыли.

Но не все организации стремятся к повышению рентабельности капитала. Существуют стратегии, в которых предприятия или кредитно-финансовые учреждения стремятся снизить этот показатель, но при этом, скажем, удвоить свои активы. Это происходит в тех случаях, когда мировая экономика перестает быть стабильной, меняется поведение клиентов, что ведет за собой замедленный рост банковского сектора.

Банки являются очень важной составляющей экономики и денежного хозяйства любой страны, их деятельность неразрывно связана с потребностями воспроизводства. Банки являются создателями основы рыночного механизма,

благодаря которому функционирует экономика страны. Коммерческие банки регулируют движение всех денежных потоков, в том числе, кредитных, способствуют обеспечению наиболее выгодного использования финансовых ресурсов общества и перелива капитала в те отрасли хозяйства страны, где отдача от вложений будет максимальной.

К сожалению, банковская деятельность подвержена рискам, которые необходимо во время выявить, оценить и устранить, если это возможно. Недооценка рисков может стать причиной появления банкротства банка, что, в свою очередь, повлечет нанесение ущерба его клиентам и акционерам. В наше время банки стараются серьезно подходить к данному вопросу. С другой стороны, и клиенты, будь то физические, будь то юридические лица, более ответственно относятся к обсуживаемому банку. Соответственно анализ эффективности финансового состояния коммерческого банка в настоящее время актуален. Благодаря этому анализу возможно установление доверительных и взаимовыгодных отношений между банком и его клиентами, что очень важно.

Экономическая ситуация в стране с каждым годом меняется, появляется множество новых банков, соответственно и конкуренция увеличивается, поэтому любой банк стремится к устойчивости, что является важнейшим условием функционирования банка и привлечения большего числа клиентов.

Три наиболее существенные цели для банка и его структурных подразделений — это добиться высокой рентабельности, достаточной ликвидности и безопасности.

Список литературы:

1. Банки.ру [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: <http://www.banki.ru/banks/ratings> (дата обращения: 09.04.2014).
2. Банковское дело: учебник / О.И. Лаврушин, И.Д. Мамонова, Н.И. Валенцева [и др.]; под ред. Засл. Деят. Науки РФ, д-ра экон. наук, проф. О.И. Лаврушина. 8-е изд., стер. М.: КНОРУС, 2009. — 768 с. ISBN 978-5-390-00452-4

3. Бригхэм Ю., Эрхардт М. Анализ финансовой отчетности // Финансовый менеджмент = Financial management. Theory and Practice. 10-е изд. / Пер. с англ. под. ред. к.э.н. Е.А. Дорофеева. СПб.: Питер, 2007. — С. 131. — 960 с. — ISBN 5-94723-537-4.
4. Официальный сайт ОАО «Сбербанк России» — [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: <http://www.sberbank.ru/jewish/ru/about/today> (дата обращения: 09.04.2014).

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СОЗДАНИЯ ТРАНСАТЛАНТИЧЕСКОГО ТОРГОВОГО СОЮЗА

Соболева Елена Станиславовна

Ядрихинская Анастасия Олеговна

*студенты 2 курса, кафедра финансов, кредита и банковского дела,
РФ, г. Москва*

E-mail: yadrikhinskaya_a@mail.ru

Хмелев Игорь Борисович

*научный руководитель, доцент, Московский государственный университет
экономики, статистики и информатики,
РФ, г. Москва*

Обсуждение о создании Трансатлантического торгового союза (ТТС) между США и Европейским союзом началось в июле 2013. Еще в 1990-х годах велись разговоры о подобном проекте, однако только серьезные экономические проблемы нашего времени сделали создание торгового союза возможным. В 2007 году Ангела Меркель (канцлер Германии) предложила идею торгового объединения между США и Европейским союзом (ЕС). В этом же году Германией был предложен новый проект законодательства, гармонизирующий законы ЕС и США в торговой и экономической сферах. Некоторые экономисты считают этот момент для ЕС переломным. Для Европейского союза это означает отказ от создания самостоятельного и независимого союза в противовес США. Подписание соглашения с США не что иное, как признание того, что союз с США для ЕС более эффективен и выгоден.

В июле 2013 года начались переговоры между США и ЕС по поводу образования торгового союза, затем последовал второй (ноябрь 2013) и третий (декабрь 2013) раунды. Однако соглашение до сих пор не подписано и планируется четвертая встреча глав государств, но дата его еще не известна.

На основании уже состоявшихся переговоров можно выделить основные аспекты соглашения. Во-первых, предложение Европейского союза об упразднении 96 % тарифов на товары, импортированные из США, и аналогичные меры упразднения тарифов со стороны США. Во-вторых,

сокращение тарифов в течение 3—7 лет, благодаря этому целый ряд отраслей экономики Европейского союза сможет подготовиться к новым условиям торговли.

При этом на товары агропромышленной продукции (в частности говядина, свинина и пр.) тарифы со стороны ЕС не упраздняются, а США будут предложены повышенные квоты на ввоз продукции.

Основной задачей таможенного союза можно считать унификацию стандартов и технических регламентов. На данный момент именно эти разногласия (например, разные требования к безопасности автомобилей) и есть самое большое препятствие для свободной торговли между США и Евросоюзом, которые являются нетарифными барьерами.

Можно выделить основные позитивные стороны создания ТТС. Если учесть, что совокупность экономических отношений ЕС и США на данный момент является половиной общемирового ВВП и американско-европейский оборот торговли между ними составляет около 1 трлн. долларов, то такое партнерство принесет огромную пользу, как странам ЕС, так и США. В частности планируется, что ежегодно США сможет получать дополнительные 90 млрд. евро, а экономика Евросоюза около 100 млрд евро. Если торговый союз сформируется к 2015 году, то это будет означать появление около 400 тысяч новых рабочих мест, что значительно увеличит рост экономики союзников.

Некоторые эксперты полагают, что создание торгового союза — это возможность уйти от глобальной организации, чтобы с помощью гибких мер дать возможность товарам преодолевать границы. С другой стороны, это может оказаться возможностью сформировать союз более эффективный, чем ВТО. К тому же партнерство будет стимулировать либерализацию торговли и инвестиций и решит проблему регулятивных и прочих нетарифных барьеров.

По мнению директора Атлантического совета по трансатлантическим отношениям и образовательным программам Фрэнсиса Бурвелла, такой союз является единственным шансом остаться конкурентоспособными для ЕС и США, поскольку через 20 лет лидирующие позиции в экономике займут

страны азиатского региона, а экономика США и ЕС будет составлять малую часть мировой экономики.

ТТС будет стимулировать не только европейскую и американскую экономики, но и создаст эффективную систему правил, которая сможет стать стандартом для всех стран, участвующих в мировой торговле. Современные практические исследования указывают на то, что заключение трансатлантического торгового и инвестиционного партнерства скажется благоприятно на других странах мира, обеспечив взаимосвязанные цепочки поставщиков на нынешнем мировом рынке.

Некоторые экономисты считают, что данный союз более выгоден США, поскольку их влияние в мире заметно слабеет. По их мнению, США нужна опора и в культурных ценностях, и в экономическом плане. Поэтому Америке выгодно консолидировать свои возможности и сферу влияния с западными экономическими центрами.

Нужно учитывать и тот факт, что трансатлантический торговый союз увеличит объем мировой экономики на 100 млрд. евро в год, а это огромный положительный аспект для всего мира.

Основное преимущество торгового союза — это создание новой свободной зоны, где все налоги на товары будут снижены. Если учитывать тот факт, что уровень торговых тарифов на торговлю между США и так минимален (около 3 %), то импортеры этих стран смогут торговать фактически бесплатно. Поскольку такие отношения принесут большой эффект странам союза, то можно полагать, что компромисс все же будет найден и торговый союз начнет функционировать.

Безусловно, существуют и негативные последствия торгового партнерства. Рассмотрим их подробнее.

Первым фактором является то, что лишь отдельные страны Евросоюза получают положительный эффект от трансатлантической интеграции. Активнее всего этот проект продвигают Германия и Великобритания. В целом для рынков стран ЕС положение будет более сложным, чем для США.

Поскольку экономика США более масштабна и эффективна, то именно американские товары будут вытеснять европейские. Соответственно, в ЕС эффект получают страны с наиболее сильной экономикой, а именно Германия, Великобритания, остальные страны могут получить и негативный эффект от интеграции. Также, важным вопросом после создания торгового союза является ценность договоров с третьими странами, такими как Турция, Канада и Мексика, с которыми у США и ЕС уже подписаны двусторонние соглашения.

В любом случае, после заключения партнерства, ввоз любых товаров в страны союзников будет невозможен. ЕС и США предположительно установят высокие стандарты качества, и, скорее всего, импортерам придется получать сертификаты соответствия в каждой из стран Евросоюза. Такой прецедент уже существует. Так, бразильские поставщики, имеющие разрешения на торговлю апельсинами в Португалии, не могут без дополнительных проверок поставлять в другие страны ЕС свою продукцию.

Следующий недостаток заключается в том, что, как правило, при переходе капиталов с одного рынка на другой, иностранный бизнес сталкивается с местным лоббизмом. В каждой стране есть достаточно мощные финансовые группировки, которые после образования торгового партнерства могут не договориться о сотрудничестве.

Некоторые эксперты считают, что торговый союз приведет к стратегическому эффекту в экономике. Можно вспомнить, что в сферах электроэнергетики, машиностроения, легкой промышленности и даже сельского хозяйства Евросоюз и США конкурируют друг с другом в значительной степени, а также в некоторых областях тяжелой промышленности, например, конкуренция Boeing и Airbus в авиастроении. И в условиях кризиса страны ввели барьеры для конкурентов, то даже на сегодняшний день страны ЕС не готовы сотрудничать с США и терять рабочие места в этих сферах.

Необходимо понимать, что во Франции и в Германии налоговая нагрузка на прибыль достаточно большая, а единого подхода у стран Евросоюза вообще не существует. Комплексные меры стимулирования экономик ЕС и США после

создания союза потребуют снижения налогов, а это повлечет негативные последствия для бюджета некоторых стран ЕС.

Поскольку США имеет дешевые энергоносители по сравнению с ЕС, то при возникновении торговой интеграции, США будет контролировать ЕС, а это существенный недостаток для Евросоюза.

Также невозможно предугадать всех последствий объединения США и ЕС, но уже сейчас некоторые страны опасаются негативных сторон интеграции. Так, например, Франция опасается за свою кино-, теле- и аудиоиндустрию, видя в союзе возможности широкой экспансии для Голливуда.

Еще один негативный фактор в том, что торговое партнерство ЕС и США поставит под угрозу функционирование Всемирной торговой организации.

Создание торгового союза затягивается, до сих пор существует множество вопросов, требующих серьезного обсуждения. Бесспорно, что создание ТТС имеет как положительные, так и отрицательные стороны, как для стран ЕС и США, так и для всего мира. Если предположить, что США и ЕС придут к соглашению и все же создадут торговый союз, то выгод для США окажется намного больше, чем для ЕС. И скорее всего для США это окажется возможностью увеличения своего влияния на весь мир. Несмотря на увеличения роста экономики стран Европейского союза, фактически оказывается, что мир лишается крупнейшего противовеса экономики США.

Список литературы:

1. Коваль А. Евросоюз и США создадут «экономическое НАТО» // Промышленные ведомости. — 2013. — № 3. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.promved.ru/articles/article.phtml?id=2422&nomer=81> (дата обращения 14.04.2013).
2. Петрик К. Трансатлантическое торговое и инвестиционное партнерство — быть или не быть? // Вправе. — 2014. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://inlegal.com.ua/politika-i-pravo/transatlanticheskoe-torgovoe-i-investitsionnoe-partnerstvo-byt-ili-ne-byt.html> (дата обращения 26.02.2014).
3. Резчиков А. Создается Восточное крыло Запада // Взгляд. — 2013. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://vz.ru/world/2013/8/19/643829.html> (дата обращения 19.08.2013).

ПРОДУКТОВАЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКАЯ КОРЗИНА: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ СТОИМОСТИ В ГИПЕРМАРКЕТАХ Г.ТОБОЛЬСКА

Яркова Мария Александровна

Кулакова Виолетта Юрьевна

*студенты 2 курса, кафедра химии и химической технологии ТюмГНГУ,
РФ, г. Тобольск
E-mail: yarkmasha@yandex.ru*

Чижикина Елена Сергеевна

*научный руководитель, доцент кафедры МИ, канд. пед. наук, ТюмГНГУ,
РФ, г. Тобольск*

Очевидно, что семья играет важную роль в экономике любой страны. Высокий уровень жизни семей — вот к чему стремится каждое государство, для чего и проводит определенный ряд мер, направленных на улучшение качества жизни. Определение стоимости потребительской корзины является одной из таких мер.

Основная часть заработка населения приходится на питание, поэтому для исследования стоимости была выбрана потребительская корзина продовольственных товаров.

Для составления потребительской корзины важно знать реальные условия жизни потребителей и их вкусы, поэтому это является значимым вопросом.

Цель работы: провести сравнительный анализ минимальной стоимости продуктовой потребительской корзины в гипермаркетах г. Тобольска и определить наиболее бюджетный вариант.

Для достижения поставленной цели необходимо решить комплекс **задач:**

1. Изучить данные о контенте и правилах составления продуктовой потребительской корзины в РФ.
2. Изучить структуру потребительских расходов населения на продукты питания в РФ.

3. Провести статистический сбор данных в сети продовольственных гипермаркетов в г. Тобольске и сравнить полученные данные с потребительской корзиной в среднем по РФ.

4. Определить динамику изменения стоимости продуктовой потребительской корзины в течение года.

5. Определить минимальную стоимость продуктовой потребительской корзины в сети продовольственных гипермаркетов г. Тобольска.

Потребительская корзина — минимальный набор продуктов питания, который обеспечивает минимальное необходимое количество калорий и учитывает диетологические ограничения. Непродовольственные товары и услуги так же входят в потребительскую корзину. Таким образом, продукты, товары и услуги, которые необходимы для сохранения здоровья человека, входят в потребительскую корзину [2].

Продукты питания, составляющие 50 % стоимости потребительской корзины, входят в нее в первую очередь (а в странах Западной Европы цифра не превосходит 20 %). У большинства российских семей уходит на продукты питания больше половины семейного бюджета. Многие (77 %) регионы рассчитывали минимальный набор продуктов питания согласно рекомендуемым объемам потребления и перечню продовольственных товаров для основных социально-демографических групп населения.

Существенные изменения так же претерпела и продуктовая потребительская корзина, которая является частью потребительской корзины в целом. В соответствии с новым ФЗ № 227, с 1 января 2013 года состав, объем и структура продуктовой потребительской корзины следующие (табл. 1):

Таблица 1.

Состав продуктовой потребительской корзины (кг)

Основные виды продуктов питания	В среднем на душу населения	Мужчины	Женщины	Пенсионеры	Дети	
		16—59 лет	16—54 лет		до 6 лет	7—15 лет
Хлеб и хлебобудничные продукты	130,8	177	124,9	119	64,4	112,3
Картофель	124,2	160	120	90	85	135
Овощи и бахчевые	94	80,8	96,8	96,8	85	120
Фрукты и ягоды	19,4	14,6	12,6	10,6	34,4	44,4
Сахар и кондитерские изделия	20,7	20,8	19,8	18,8	19,7	26,1
Мясо и мясопродукты	26,6	32,2	25	19,8	18,7	33,5
Рыба и рыбопродукты	11,7	12,7	10,7	12,7	8,7	12,5
Молоко и молокопродукты	212,4	201,7	179,4	174,1	279	303,4
Яйца, шт.	51,4	180	150	90	150	180
Масло растительное и маргарин	10	11,2	9,8	8,9	6,8	11,7

Главной причиной принятия субъектами Российской Федерации рекомендуемых минимальных наборов продуктов питания без дополнений и изменения их состава является относительно высокое потребление продуктов питания, предлагаемых Методическими рекомендациями. Фактическое потребление продуктов питания в малообеспеченных семьях большинства регионов согласно материалам обследования домашних хозяйств значительно ниже объемов потребления, предусмотренных рекомендованным минимальным набором для соответствующих зон.

Расчет минимального набора продуктов питания, необходимых для сохранения здоровья человека и обеспечения его жизнедеятельности, предусматривает:

- удовлетворение потребностей основных социально-демографических групп населения в пищевых веществах, исходя из химического состава и энергетической ценности продуктов питания;
- применение сложившейся структуры питания с учетом фактического потребления продуктов в малоимущих семьях;

- выбор продуктов, организующих здоровое питание при минимальных затратах.

Минимальный набор продуктов питания основывается на минимальных нормах потребления продуктов питания, предложенных Институтом питания АМН РФ, Институтом социально-экономических проблем народонаселения и Министерством труда и социального развития РФ с участием иностранных экспертов. Он прошел экспертизу специалистов Всемирной организации здравоохранения — ВОЗ [3].

С целью выявления наиболее популярных продовольственных гипермаркетов нами была разработана анкета и проведен опрос жителей г. Тобольска. Результаты анкетирования представлены на рис. 1.

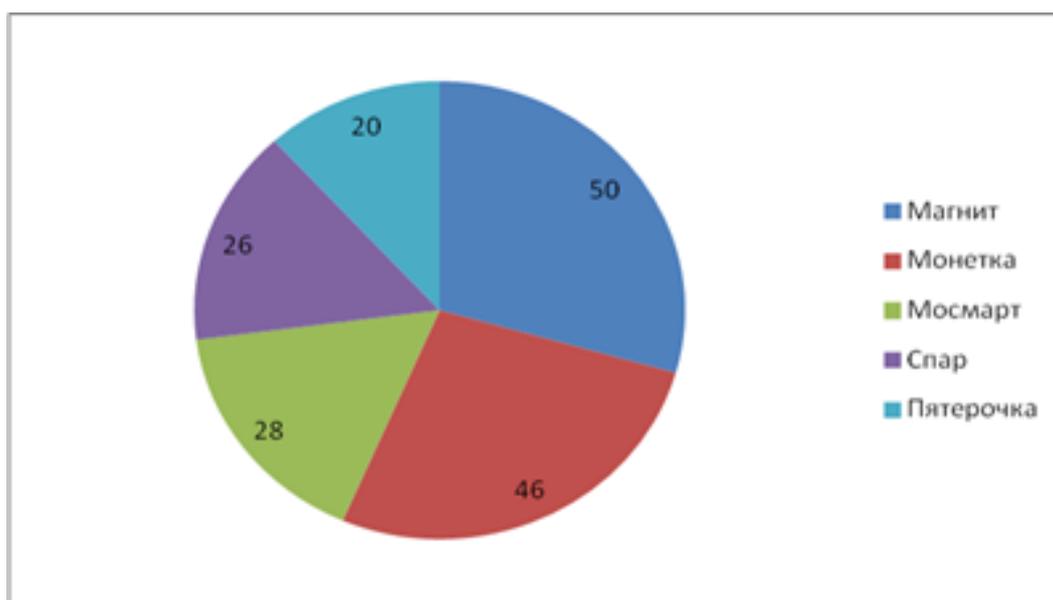


Рисунок 1. Распределение популярных (по мнению опрошенных жителей) гипермаркетов

Следовательно, можно сделать вывод, что наиболее популярны у тоболяков пять магазинов: Магнит, Монетка, Мосмарт, Спар и Пятерочка. Первый расчет цен на продовольственную потребительскую корзину проводился в апреле 2013 года.

В последующем нами были проведены повторные расчеты стоимости продуктовой потребительской корзины в сентябре 2013 года и январе 2014.

На основании полученных данных была составлена табл. 2., в которой показаны стоимости продуктовой потребительской корзины в гипермаркетах (в руб.).

Таблица 2.

Динамика стоимости продуктовой потребительской корзины за апрель, сентябрь 2013 года и январь 2014 года (в руб.)

Название магазина	Стоимость продуктовой потребительской корзины (в среднем на 1 человека в месяц)			Сравнение со средним по Тюменской области, 2013 г.		
	04.2013 г.	09.2013 г.	01.2014 г.	04.2013 г.	09.2013 г.	01.2014 г.
Магнит	1976,706	1983,7008	2008,127	-1317,29	-1310,29	-1915,87
Монетка	2357,85	2166,59	2258,582	-936,15	-1127,41	-1035,42
Мосмарт	2596,562	2926,147	2896,350	-697,44	-367,85	-397,65
Спар	—	—	3278,822	—	—	15,178
Пятерочка	—	—	3081,52	—	—	212,48

Стоимость продуктовой потребительской корзины сравнивали на основании официальных данных: для трудоспособного населения в Тюменской области на январь 2013 года в среднем на одного человека в месяц стоимость продуктовой потребительской корзины составила 3294 рублей [2].

Итогом исследования является тот факт, что самая минимальная стоимость продуктовой продовольственной корзины в г. Тобольска получена в магазине «Магнит», а наиболее дорогая — в «Мосмарте» (табл. 3).

Таблица 3.

Минимальная стоимость продуктовой потребительской корзины в гипермаркетах г. Тобольска (в руб.)

	Магнит	Монетка	Мосмарт	Спар	Пятерочка
Мужчины	2428,196	2648,793	3396,354	4297,68	4160,03
Женщины	1891,907	2120,759	2801,8	3224,49	3058,02
Пенсионеры	1757,874	1979,625	2655,11	2935,06	2794,09
Дети 0—6 лет	1634,12	1769,222	2386,95	2398,91	2153,83
Дети 7—15 лет	2206,407	2314,575	3390,52	3537,97	3241,64

Список литературы:

1. «Анализ продуктовой потребительской корзины РФ в 2012—2013 гг.». Аналитический отчет. — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: www.tebiz.ru (10.03.14).
2. Википедия. Свободная энциклопедия. — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://ru.wikipedia.org/wiki> (28.02.14).
3. Федеральный закон от 03.12.2012 № 227-ФЗ «О потребительской корзине в целом по российской федерации». — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.referent.ru/1/207067> (дата обращения: сентябрь 2013 года, январь 2014 года).

ДЛЯ ЗАМЕТОК

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

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

№ 4 (19)
Апрель 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