



**МАТЕРИАЛЫ МЕЖДУНАРОДНОЙ ЗАОЧНОЙ
НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ**

**ЭКОНОМИКА
И МЕНЕДЖМЕНТ:
ПРОШЛОЕ, НАСТОЯЩЕЕ, БУДУЩЕЕ**

Новосибирск, 2012 г.

УДК 33.07
ББК 65.050
Э 40

Э 40 «Экономика и менеджмент: прошлое, настоящее, будущее»:
материалы международной заочной научно-практической
конференции. (18 апреля 2012 г.) — Новосибирск:
Изд. «Сибирская ассоциация консультантов», 2012. — 178 с.

ISBN 978-5-4379-0074-1

Сборник трудов международной заочной научно-практической конференции «Экономика и менеджмент: прошлое, настоящее, будущее» отражает результаты научных исследований, проведенных представителями различных школ и направлений современной экономики и менеджмента.

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

ББК 65.050

ISBN 978-5-4379-0074-1

Оглавление

Секция 1. PR и реклама	7
РЕПУТАЦИОННАЯ СТРАТЕГИЯ И СТРУКТУРА РЕПУТАЦИОННОГО ПОЛЯ: ЭТАПЫ РАЗРАБОТКИ Комиссарова Майя Николаевна	7
Секция 2. Банковское и страховое дело	16
О ПЕРСПЕКТИВАХ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОГО РЫНКА БАНКОВСКИХ КАРТ Алиакберова Лилия Завдетовна Гребнева Дарья Александровна	16
О РОЛИ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ В РАЗВИТИИ ЭКОНОМИКИ ДОТАЦИОННЫХ РЕГИОНОВ Сунцова Наталья Владимировна	20
Секция 3. Бухгалтерский, управленческий учет и аудит	25
ИЗМЕНЕНИЯ НАЧИСЛЕНИЙ СТРАХОВЫХ ВЗНОСОВ И ПО НДС В 2012 ГОДУ Оганян Нонна Борисовна Егорова Людмила Геннадиевна	25
Секция 4. Инновационные подходы в современном менеджменте	35
РАЗВИТИЕ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ СУБЪЕКТАМИ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ Чаплина Альбина Николаевна Герасимова Елена Александровна	35
Секция 5. Маркетинг	45
УПРАВЛЕНИЕ ОТНОШЕНИЯМИ С ПОТРЕБИТЕЛЯМИ С ПОМОЩЬЮ ИНТЕГРИРОВАННЫХ СИСТЕМ МАРКЕТИНГОВОЙ ИНФОРМАЦИИ Мальцева Юлия Анатольевна Ренгер Дарья Игоревна	45

ВНУТРЕННИЙ МАРКЕТИНГ КАК ФИЛОСОФИЯ ФОРМИРОВАНИЯ КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОСТИ Юшина Юлия Сергеевна Телегина Екатерина Витальевна Котляревская Ирина Васильевна	49
Секция 6. Мировая экономика и международные экономические отношения	54
БАЗОВЫЕ МЕТОДЫ МЕЖФИРМЕННОГО ТРАНСФЕРТНОГО ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ НЕМАТЕРИАЛЬНЫХ АКТИВОВ Кириллов Виктор Николаевич	54
Секция 7. Проблемы макроэкономики	61
СУЩНОСТЬ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ КАТЕГОРИИ «ИННОВАЦИЯ» Дуйсембаева Кулпаш Таласбаевна	61
Секция 8. Стратегический менеджмент	64
МЕТОДЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА Гаврилюк Сергей Алексеевич	64
МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА Гаврилюк Сергей Алексеевич	70
Секция 9. Теория современного менеджмента	75
ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ СОВРЕМЕННОГО МЕНЕДЖМЕНТА В УПРАВЛЕНИИ ПРЕДПРИЯТИЕМ Евсеева Анна Анатольевна Красникова Дарья Андреевна Кокушкин Арсений Борисович	75
Секция 10. Теория управления экономическими системами	79
ПРИМЕНЕНИЕ МАТЕМАТИЧЕСКИХ МЕТОДОВ ПРИ АНАЛИЗЕ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ. Тен Юлия Мироновна Декатов Дмитрий Евгеньевич	79

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ФОНДОВЫХ МЕХАНИЗМОВ ИННОВАЦИОННОГО ИНВЕСТИРОВАНИЯ Чирка Евгений Валерьевич	83
Секция 11. Управление и развитие персонала	94
О ЛОЯЛЬНОСТИ БРЕНДУ РАБОТОДАТЕЛЯ Иванов Сергей Михайлович	94
НОВЫЙ ПОДХОД К УПРАВЛЕНИЮ ДЕЛОВОЙ КАРЬЕРОЙ ПЕРСОНАЛА БАНКА Крыгина Анна Петровна Козлова Анна Ильинична	98
Секция 12. Финансы и налоговая политика	106
ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЕЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ В ПЕРИОД ТРАНСФОРМАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ ГРУЗИИ) Абуселидзе Гиорги Давидович	106
ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНОВ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ ТАТАРСТАН Бадрутдинова Дарина Хамзиевна	111
АНАЛИЗ ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА ФОРМИРОВАНИЯ НАЛОГОВОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕГИОНА Верцанов Максим Анатольевич	115
ВВЕДЕНИЕ ЕДИНОГО НАЛОГА НА НЕДВИЖИМОСТЬ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ Даева Татьяна Андреевна Дубова Юлия Игоревна	119
ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ НАЛОГА НА ДОБАВЛЕННУЮ СТОИМОСТЬ Соловьева Наталья Евгеньевна Лисицкий Дмитрий Сергеевич	126
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ФИНАНСОВОГО КОНТРОЛЯ, ПРОВОДИМОГО КОНТРОЛЬНО-СЧЕТНОЙ ПАЛАТОЙ РЕСПУБЛИКИ ИНГУШЕТИЯ Таршхоева Марьям Муссаевна	130

Секция 13. Экономические аспекты регионального развития 135

НЕКОТОРЫЕ ПРОБЛЕМЫ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА РЕГИОНА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Горбань Владимир Витальевич 135

ИМПЕРАТИВЫ РАЗВИТИЯ ПРОСТРАНСТВЕННО-ЛОКАЛИЗОВАННЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ
Дианова Вероника Александровна 139

ПРОБЛЕМЫ В РАЗВИТИИ И ФУНКЦИОНИРОВАНИИ РАБОТЫ ИНФОРМАЦИОННО-КОНСУЛЬТАЦИОННОЙ СЛУЖБЫ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИИ
Дымов Антон Дмитриевич 143

РАЗВИТИЕ АЛЬТЕРНАТИВНЫХ ИСТОЧНИКОВ ЭНЕРГИИ В АЛТАЙСКОМ КРАЕ
Исаева Наргиз Исаевна 147
Горбунова Алла Юрьевна

РОССИЙСКИЕ РЕГИОНЫ В КОНТЕКСТЕ КОНЦЕПЦИИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ
Коряков Алексей Георгиевич 151

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ
Леонидова Галина Валентиновна 155

РАСШИРЕНИЕ ТЕРРИТОРИИ г. МОСКВЫ КАК ПОПЫТКА БОРЬБЫ С РЕГИОНАЛЬНЫМИ ДИСПРОПОРЦИЯМИ РАЗМЕЩЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВА И НАСЕЛЕНИЯ
Морозова Дарья Игоревна 162
Фенин Кирилл Вячеславович
Черемисинов Георгий Александрович

РАЗВИТИЕ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ НА ОСНОВЕ КЛАСТЕРНОГО ПОДХОДА
Полянских Екатерина Александровна 166

ОСОБЕННОСТИ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА
Пясецкий Иван Анатольевич 171

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНСТРУМЕНТАРИЯ ТЕРРИТОРИАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ В ЦЧЭР
Фёдорова Екатерина Константиновна 175

СЕКЦИЯ 1.

PR И РЕКЛАМА

РЕПУТАЦИОННАЯ СТРАТЕГИЯ И СТРУКТУРА РЕПУТАЦИОННОГО ПОЛЯ: ЭТАПЫ РАЗРАБОТКИ

Комиссарова Майя Николаевна

*канд. пед. наук, доцент кафедры рекламы и ХП Магнитогорский
государственный университет, г. Магнитогорск*

E-mail: mkomissarova@yandex.ru

Экономические реформы последних лет, зарождение рыночных отношений в сфере образования с плотной конкурентной средой принципиально изменили требования к высшим образовательным учреждениям. Именно высокая конкуренция на рынке образовательных услуг вынуждает высшие учебные заведения решать задачи, связанные с их инвестиционной привлекательностью и адаптацией к функционированию в условиях конкуренции: привлечение внимания потенциальных потребителей образовательных услуг, инвесторов, работодателей; завоевание их интереса; удержание благоприятного рынка во времени.

Решение данных вопросов стало определяющим для активного использования в сфере образования системы репутационного менеджмента.

В широком смысле — репутационный менеджмент это долгосрочная стратегия, направленная на формирование и укрепление репутации организации и её руководителей непроизводственными средствами и методами. Это стратегический план, предусматривающий все возможные развития событий для компании на среднесрочный (3 года) или долгосрочный (5—10 лет) периоды, включающий в себя PR (внешний и внутренний), GR, рекламу, мероприятия пресс-службы и специальные мероприятия, направленные на продвижение.

«Социологический энциклопедический русско-английский словарь» дает следующее определение репутации: «репутация — reputation — общественное мнение о ком-либо; мнение о достоинствах или недостатках товаров фирмы-производителя и т.п.» [2].

Т. Лоусон и Д. Гэррод прослеживают прямую связь между такими понятиями как репутация и честь (honour): «репутация (honour) — термин, отражающий положение индивида в обществе, а также обозначающий субъективное чувство уважения, возникающее в связи с таким положением. Социальная репутация является важной характеристикой во многих обществах, поскольку связана с представлениями о соответствующем поведении и уважением группы по отношению к ее обладателю» [1, с. 18].

Под репутацией высшего учебного заведения следует понимать устойчивое мнение о вузе у группы людей на основе сформированного у них образа данного учреждения, возникшего вследствие либо прямого контакта с вузом, либо на основе информации, полученной об этом вузе из других источников [3, с. 51].

Репутация всегда влияет на отношение к организации, в том числе к вузу. Как заметил Честерфилд, репутация наша обязательно нас опережает. Репутация появляется у каждой организации, самое позднее, с первых дней существования. Сложившаяся репутация — первый фактор, который учитывают инвесторы, аналитики и потребители.

Целью данной статьи является представление разработанной репутационной стратегии, а также структуры репутационного поля вуза, направленных на развитие его репутации.

Репутационную стратегию, исходя из: 1) определения репутации, как устойчивого мнения и совокупной оценки образовательного учреждения высшего профессионального образования заинтересованными группами; 2) определения стратегии как совокупности мер по достижению цели формирования необходимой репутации — логично представить как систему определённых элементов. Эти элементы являют собой с одной стороны — те качества, которые будут высоко оцениваться целевыми группами, а с другой — те условия, которые необходимо предпринять по созданию и укреплению этих качеств [4, с. 53].

Набор элементов может быть различным и зависит от следующих факторов.

Прежде всего, необходимо определить, какую цель образовательная структура преследует на рынке и как репутация может помочь достижению этой цели?

В репутационном менеджменте важно учитывать три направления деятельности, причем грамотно скоординированные. На первом месте стоит формирование репутации (перемены в образовательной практике, механизм сотрудничества, взаимодействия, принятия решений и т. д.). Далее следует поддержание репутации

(создание такой ситуации, при которой на структуру работает весь комплекс позитивной информации, в том числе бренд, корпоративная культура, степень мотивации сотрудников и т. п.). Завершается работа защитой репутации (создание новой правовой инфраструктуры и снижение издержек бизнеса) [4, с. 152].

В практической жизни все три стадии существуют и действуют, как правило, одновременно.

Далее, необходимо ответить на вопрос, на кого будет ориентирована репутационная стратегия?

При определении целевых групп образовательной структуры вуза, учитывалось положение о том, что основными источниками финансирования высшего учебного заведения в целом и его структурных подразделений в частности, таких как факультеты и кафедры, как правило, являются:

- государственное финансирование;
- плата за образование, поступающая от студентов;
- инвесторы, вкладывающие средства в конкретные исследования, спонсоры, фонды поддержки науки и др.

Кроме того, мы исходили из необходимости соблюдения комплексного подхода к определению ключевых целевых аудиторий, а также их подразделения на категории.

Заинтересованные группы и категории общественности вуза представлены на рисунке 1.

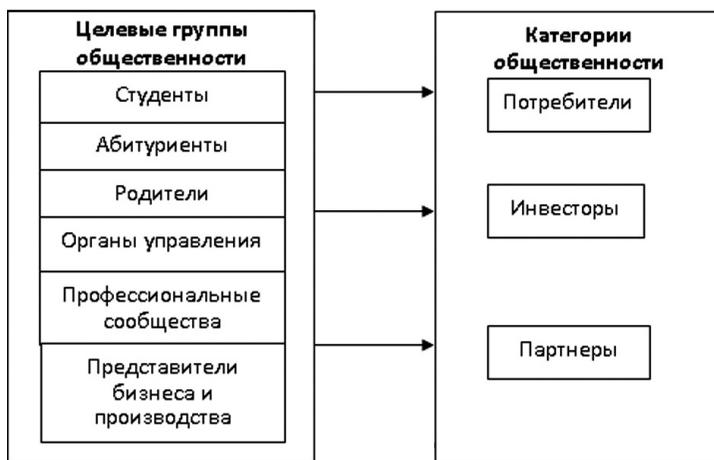


Рисунок 1. Заинтересованные группы реи категории общественности репутации вуза

Данные группы целевой общественности соотносятся с такими категориями как потребители, инвесторы, партнёры.

Определение категорий и групп целевой общественности позволило сформулировать следующую цель образовательной структуры высшего учебного заведения — расширение сферы деятельности через построение взаимодействия (сотрудничества, кооперации) со всеми целевыми типами общественности для развития, поддержания и представления репутации.

Достижение данной цели ориентировано на решение следующих задач:

- выход за рамки учебной деятельности, вовлечении кафедры в экономическую деятельность с инвесторами и модернизации взаимодействия с потребителями;
- вовлечении профессорско-преподавательского в российский и международный научный контент;
- целенаправленное и систематическое взаимодействие со всеми целевыми группами общественности на основе информационной открытости и честности, быстрой ответной реакции на информационные поводы, согласованности и координации действий по управлению репутацией.

Следующим шагом в построении репутационной стратегии является определение её основы или тех объектов, на которые в основном направлено оценочное мнение заинтересованных групп.

Таковыми объектами для образовательной структуры могут выступать:

- руководство образовательной структуры;
- команда (профессорско-преподавательский состав) образовательной структуры;
- качество образования, спектр и уровень образовательных услуг образовательной структуры;
- достижения образовательной структуры;
- финансовая и юридическая независимость образовательной структуры.

При выборе репутационной стратегии важно просчитывать наперед, как она может сработать в кризисной ситуации. Очевидно, что, когда каждое слово и действие любой структуры критически рассматривается общественностью, проверяется СМИ и экспертами, образовательной структуре вуза удобно иметь человека, который задолго до возникновения кризисной ситуации позаботится и о налаживании нужных контактов, и о регулярном информировании заинтересованных групп. Чем известнее имя этого человека "в привязке" к образовательной структуре, тем с меньшим количеством

проблем факультет, кафедра столкнется, пытаясь донести свою точку зрения до общественности во время кризиса.

Таким образом, стратегии, объект которых — человек (руководитель или команда), пользуются неоспоримым преимуществом перед стратегиями, объект которых «не одушевлён» (достижения, услуги). Именно по этой причине три последние стратегии редко используются в чистом виде, без сочетания с другими. Даже когда используется стратегия, построенная в основном вокруг продукции (спектре образовательных услуг), значительное внимание уделяется налаживанию общения с потребителями, чтобы донести до них основные ценности образовательной структуры и предупредить возможные кризисы.

1. Стратегия «Руководитель — наша гордость».

Когда репутация образовательной структуры неразрывно связана с репутацией ее руководителя, плюсы очевидны: узнаваемая персона вызывает доверие заинтересованных групп. Всем известно, к кому обращаться по насущным и стратегическим вопросам работы образовательной структуры. К тому же публичный руководитель часто рассматривается сотрудниками как модель для подражания, выступая сам в роли фактора мотивации.

Важно различать две ситуации. Первая — руководитель является ключевым объектом общественного доверия и репутационной стратегии образовательной структуры. Вторая — он находится в центре коммуникаций, потому что единолично принимает все решения вплоть до мельчайших операционных деталей. Последний вариант наиболее часто встречается в бизнесе, но часто приводит к переносу неоднозначного или негативного отношения к руководителю на деятельность и репутацию, в этом заключается наиболее серьезный недостаток подобной стратегии.

Еще одним недостатком стратегии «Руководитель — наша гордость» является вероятность ухудшения репутации с уходом руководителя. Если харизматичный руководитель выстраивает управление «под себя», под свои связи и контакты, уход такого руководителя, как правило, означает и «прощание» образовательной структуры с рядом выгодных клиентов, партнеров, а то и сотрудников.

2. Стратегия «Команда — наша гордость».

Когда деятельность образовательной структуры диверсифицирована, и разные ее направления представлены отдельными единицами, руководитель, отвечающий за общее управление множеством направлений, не сможет поддерживать эффективную коммуникацию по специфическим вопросам с широким спектром целевых групп. В таком

случае объектом репутационной стратегии образовательной структуры будет команда, отвечающих за различные направления ее деятельности.

Использование такой стратегии также оправданно для крупных и организаций, когда многочисленные сотрудники ежедневно общаются со множеством людей и репутацию образовательной структуры одновременно должны «нести на себе» десятки людей. К тому же, когда баланс доверия и коммуникации распределены между несколькими людьми, всегда есть возможность получить нужную информацию о высшем учебном заведении, даже в отсутствие одной из ключевых персон.

К недостаткам стратегии «Команда — наша гордость» можно отнести неравномерность распределения внимания общественности между публичными персонами образовательной структуры, вследствие чего одна или несколько из них все равно будут восприниматься как «лицо компании» из-за большей известности. А если речь идет о команде руководителей, то существует возможность задержек в принятии решений, из-за чего могут страдать отношения разных членов команды с разными целевыми группами.

3. Стратегия «Продукция/услуги — наша гордость».

Образовательная структура не может общаться с внешним миром и не говорить о своих выпускниках и образовательных услугах. Однако при использовании стратегии, фокусом коммуникаций в которой является качество образовательной подготовки студентов или образовательные услуги, основной акцент в продвижении делается именно на том, что образовательная структура предлагает рынку, оставляя «в тени» все остальные ее достоинства. К плюсам такой стратегии можно отнести тот факт, что, например, качество профессиональной подготовки легко проверить. Возможно также использование авторитетных мнений экспертов и потребителей в пользу репутации образовательной структуры.

К сложностям этой стратегии можно отнести особенно тщательную информационную работу и исследование рынка, а также обратная связь для выявления ключевых вопросов и потребностей целевых групп потребителей.

4. Стратегия «Достижения — наша гордость».

Такая стратегия, как правило, используется в дополнение к другим стратегиям. Эта стратегия подразумевает, что фокусом коммуникаций является то, чего образовательная структура достигла за время своей работы (количество научных публикаций, грантов, патентов, дипломов).

К недостаткам стратегии можно отнести "неодушевленность", а также то, что достижения находятся в прошлом и быстро забываются. Компенсировать этот недостаток можно построением стратегии вокруг нескольких объектов. Так, гарантом качества и достоверности достижений образовательной структуры вполне может быть ее команда (состав кафедры).

5. Стратегия «Финансы — наша гордость».

Как видно из названия, стратегия наиболее часто используется различными финансовыми структурами. Например, банками — поскольку финансовые показатели — наиболее достоверное подтверждение состоятельности таких компаний. Для образовательной структуры также важна финансовая независимость, что подтверждает её состоятельность в сфере образования, науки и инноваций.

Основной недостаток этой стратегии в том, что в чистом виде на сегодняшний день она практически нежизнеспособна, поскольку доверие к высшему учебному заведению формируется комплексом показателей, и финансовые результаты — важный, но не единственный из них.

Рассмотрев существующие репутационные стратегии, можно сделать вывод, что в результате наличия в каждой стратегии тех или иных минусов, образовательной структуре следует останавливать свой выбор не на одной, а на нескольких стратегиях, чтобы развитие и поддержание репутации было успешным и стабильным.

Концепция репутационного менеджмента должна ориентироваться на «самораспространение» информационного продукта, адресованного целевой аудитории. Механизм распространения репутации чем-то сходен с механизмом вирусной рекламы. Если вирусная реклама актуальна, востребована и интересна в какой-то аудитории, то самораспространение гарантировано. Аналогично, репутационные характеристики должны быть занимательными, провоцирующими в своей целевой аудитории желание поделиться информацией дальше по цепочке социальных контактов. Репутационные характеристики должны быть достаточными для создания целостного образа субъекта репутации. Предлагать целевой аудитории неинтересные, не вызывающие живой реакции репутационные характеристики бесполезно, так же как и попытка добиться самораспространения скучной рекламы.

Интегрированной репутационной характеристикой образовательной структуры является корпоративный статус — объект, на который в основном направлено оценочное мнение заинтересованных групп. Поскольку архитектура корпоративной репутации базируется на присущих ей ценностях, то в качестве компонентов корпоративного

статуса образовательной структуры высшего учебного заведения могут рассматриваться:

- качество образовательных услуг;
- научный подход к деятельности в соответствующей сфере;
- традиции и инновации в работе, нацеленность на интересы потребителей и инвесторов;
- название и другие параметры вуза;
- профессионализм профессорско-преподавательского состава;
- креативные идеи, творческий подход в решении поставленных задач;
- командный дух, оперативность, быстрая реакция на внешние и внутренние изменения;
- трудоустройство выпускников;
- коммерческая и социальная деятельность вуза.

Данные ценности соответствуют миссии ФГБОУ ВПО «Магнитогорский государственный университет» и соотносятся с ценностями целевых групп общественности.

МаГУ — многофункциональная структура, интегрирующая в своей деятельности задачи научно-образовательного, культурно-просветительского, духовно-нравственного и политического центров Урала. Реализуя принцип приоритетности, коллектив университета концентрирует свои усилия, прежде всего, на полноценном многоотраслевом воспроизводстве квалифицированных кадров с использованием инновационно-образовательных технологий и передовых достижений отечественной и зарубежной науки и практики.

Создавая ценность, реализуя свою миссию и стратегию, образовательная структура направляет усилия во внешнюю среду, воздействуя на целевые группы и создавая, таким образом, определенное репутационное поле своими действиями (рисунок 2).

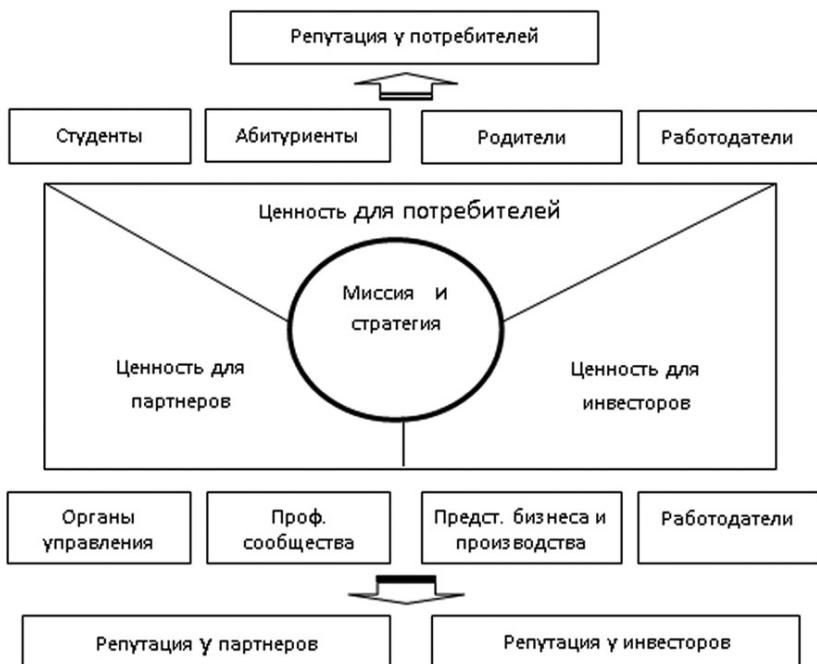


Рисунок 2. Структура репутационного поля вуза

Список литературы:

1. Даулинг Г. Репутация фирмы: создание, управление и оценка эффективности: Пер. с англ. — М.: Консалтинговая группа "ИМИДЖ-Контакт", 2003. — 367 с.
2. Кравченко С. А. Социологический энциклопедический русско-английский словарь. — М.: АСТ. Астрель. Транзиткнига, 2004. — 511 с.
3. Резник С. Д., Юдина Т. А. Система и механизмы управления репутацией высшего учебного заведения // Университетское управление: практика и анализ. 2010. № 2. — С. 51-57.
4. Решетникова И. И. Разработка репутационной стратегии: этапы и элементы // Предпринимательство. 2010. № 5. — С. 52-55.
5. Шарков Ф. И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы. — М.: ИТК «Дашков и К°», 2009. — 272 с.

СЕКЦИЯ 2.

БАНКОВСКОЕ И СТРАХОВОЕ ДЕЛО

О ПЕРСПЕКТИВАХ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОГО РЫНКА БАНКОВСКИХ КАРТ

Алиакберова Лилия Завдетовна

*канд. экон. наук, Казанский (Приволжский) Федеральный
Университет Институт экономики и финансов, г. Казань*

E-mail: lilya67@mail.ru

Гребнева Дарья Александровна

*студент 4 курса, Казанский (Приволжский) Федеральный
Университет Институт экономики и финансов, г. Казань*

E-mail: strawberry_d_91@mail.ru

В условиях современной глобализации и информационному обществу происходят существенные изменения во всех его сферах. Причем самые значительные изменения претерпевает финансово-банковская сфера. Данная тенденция обусловлена высокими темпами развития информационных технологий в банковской сфере. Благодаря резкому возрастанию темпов компьютеризации в банковской сфере и социальной значимости финансовых услуг, осуществляемых в электронной форме, набирает силу переориентация наличного денежного оборота на безналичный. Для этого необходима качественная трансформация денежной системы в пользу безналичных расчетов с применением электронных устройств и средств связи, способных ускорить и упростить платежный оборот, то есть развитие электронных денег как самостоятельной формы стоимости. В наибольшей степени переход к системе электронных денег связан с развитием платежного оборота на основе банковских пластиковых карт.

Анализ результатов последних исследований показывает, что до сих пор не потеряли своей актуальности вопросы дальнейшего развития и повышения эффективности банковского бизнеса, основанного на платежных картах.

По данным Банка России на 1 января 2012 года было зарегистрировано 679 кредитных организаций, осуществляющих эмиссию и/или эквайринг платежных карт. За период 2008-2011 годы рынок услуг на основе банковских карт увеличился с показателя 103,49 млн. до 200,17 млн. карт. Динамика российского рынка банковских карт представлена в таблице 1 [3].

Таблица 1.

Структура банковских карт, эмитированных российскими банками в тыс.ед.

Типы банковских карт	01.01.2010	01.01.2011	01.01.2012
Расчетные карты	115390	127787	147872
Кредитные карты	8601	10047	15026
Предоплаченные карты	2042	6585	37272
Всего банковских карт	126033	144419	200170

За последние годы существенно возросли количество и объем операций, совершенных с использованием банковских карт, что представлено в таблице 2 [3]. Количество операций с использованием банковских карт за 2008—2011 годы увеличилось в 1,95 раза, а объем операций — в 1,8 раза.

Таблица 2.

Количество и объем операций, совершенных на территории России и за ее пределами с использованием банковских карт, эмитированных кредитными организациями

Показатель	01.01.2009	01.01.2010	01.01.2011	01.01.2012
Количество операций, млн. ед.	2115,5	2467,6	3127,8	4135,8
Объем операций, млрд. руб.	9253,4	9882,7	12649,2	16909,3

Следует отметить, что рынок банковских услуг на основе использования карт как универсального и многофункционального продукта, подвержен влиянию различных факторов, сдерживающих его развитие. К ним можно отнести следующие факторы:

- недостаточная развитость инфраструктуры расчетов;
- низкий уровень финансовой грамотности населения;
- тарифная политика платежных систем, в том числе международных;
- низкий уровень качества обслуживания клиентов-держателей карт;

- высокий уровень рисков мошенничества по операциям с использованием банковских карт и другие.

- Однако, несмотря на наличие указанных выше факторов, рынок банковских карт в России обладает существенным потенциалом. В его развитии наблюдаются как количественные, так и качественные сдвиги:

- на банковском рынке используются различные виды карт, однако преобладающее значение имеют дебетовые карты;

- основными видами операций с банковскими картами являются операции по снятию наличных денежных средства в банкоматах и пунктах выдачи наличных. Так, в 2011 году объем операций по снятию наличных денежных средств составил 14041,4 млрд. руб., а объем операций по оплате товаров и услуг — 2017,0 млрд. руб.

- произошли изменения в структуре операций с использованием банковских карт по типам клиентов. Так, в 2008 году более 75,8% от общего количества операций физических лиц с использованием банковских карт приходилось на операции по получению наличных денег и 24,2% — на операции по оплате товаров и услуг. В конце 2011 года структура операций изменилась за счет роста количества операций по оплате товаров и услуг. Их доля возросла и составила более 40% от общего количества операций физических лиц с банковскими картами. Произошли изменения и в структуре операций юридических лиц. Если в 2008 году при оплате товаров и услуг было совершено 7,9 млн. операций, то в 2011 году — лишь 4,9 млн. операций.

На наш взгляд, развитие рынка банковских карт в России связано со следующими перспективными направлениями:

- дальнейшее нормативное правовое регулирование деятельности банков в сфере операций с платежными картами;

- снижение территориальных диспропорций в обеспечении банковскими продуктами и услугами на основе использования платежных карт;

- привлечение к обслуживанию новых торгово-сервисных предприятий, а также расширение функциональных возможностей банкоматов на основе принципа «шаговой» доступности;

- расширение спектра совершаемых операций с банковскими картами, развитие ко-брендовых продуктов и бонусных программ, которые имеют высокий потенциал, слияние мобильного банкинга и банковских карт, интеграция электронных платежных систем, электронных денег и банковских карт и другие.

Следует отметить, что дальнейшее развитие рынка банковских карт в России должно проходить на основе анализа и адаптации зарубежного опыта. В настоящее время в Европе реализуется проект

SEPA, целью которого является повышение гармонизации платежей во всей еврозоне. В основе проекта SEPA лежат три принципа [4]:

- совместимость и требования к защищенности;
- преодоление торговых и территориальных барьеров;
- гармонизация информационного потока между различными участниками.

План мер по реализации SEPA включает пять направлений: коммуникация и маркетинг SEPA, переход (в разрезе органов регулирования), правовые вопросы и проблемы контроля соблюдения требований, механизмы корпоративного устройства, технические вопросы [1].

На наш взгляд, реализация проекта SEPA окажет большое влияние на российский рынок банковских карт, поскольку создаваемая в Европе платежная система усилит конкуренцию между такими платежными карточными системами как MasterCard Worldwide и Visa Inc., процессинговыми компаниями и банками.

В Стратегии развития банковского сектора на период до 2015 года отмечается, что в настоящее время банковская деятельность невозможна без использования передовых информационных технологий, позволяющих повысить качество и спектр предоставляемых услуг. Это обеспечит существенное повышение эффективности деятельности банков.

Перспективы развития банковского сектора во многом связаны с совершенствованием способов осуществления банковской деятельности на основе достижений в сфере информатизации [2]. В этой связи полагаем, что развитие рынка банковских карт в России является одним из важных факторов, влияющих на переход всего банковского сектора к преимущественно интенсивной модели развития.

Список литературы:

1. Криворучко С. В. Реализация проекта SEPA в условиях финансового кризиса, 2009 [электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.reglament.net>
2. О Стратегии развития банковского сектора Российской Федерации на период до 2015 года. Заявление Правительства РФ № 1472п-П13, Банка России № 01-001/1280 от 05.04.2011 [электронный ресурс] — Режим доступа. — URL <http://www.consultant.ru>
3. Центральный банк РФ Бюллетень банковской статистики, 2012 , № 2 [электронный ресурс] — Официальный сайт Центрального Банка РФ, 2012. — Режим доступа. — URL: <http://www.cbr.ru>
4. The Financial Services blog of Sia Partners. The market for bank cards in Europe by horizon 2018: What market share for new entrants? [электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://finance.sia-partners.com>

О РОЛИ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ В РАЗВИТИИ ЭКОНОМИКИ ДОТАЦИОННЫХ РЕГИОНОВ

Сунцова Наталья Владимировна

*канд. экон. наук, управляющий, Бийское отделение № 153 Сбербанка
России, г. Бийск*

E-mail: suncova.n@mail.ru

В России число дотационных регионов слишком велико — 70 субъектов РФ из 83, т. е. 84 % всех регионов страны находится в зоне убыточности. В них проживает 74,2 % населения страны, они охватывают 87 % территории государства. И такая ситуация сохраняется более 10 лет подряд. Совершенно очевидно, что хроническое пребывание около 85 % всех регионов страны в числе убыточных никак не может восприниматься в качестве нормального положения дел. Уже только этот факт настораживает и требует адекватного объяснения. Данный факт свидетельствует о низкой восприимчивости регионов к предоставленным возможностям роста, а также о низкой эффективности прямых федеральных инвестиций.

Приведенные факты позволяют говорить о невысокой результативности проводимой федеральной политики в области налогообложения и межбюджетных отношений, а, следовательно, о необходимости ее пересмотра. Другим фактором является неэффективность взаимодействия реальной экономики и банковской сферы.

Чтобы ускорить экономический рост регионов, его нужно обеспечить финансированием. Это потребует дополнительных оборотных средств. Но главное — для этого нужны значительные инвестиционные вложения, поскольку большинство отраслей имеет устаревшие технологии, машины и оборудование, нуждающиеся в замене. С другой стороны, нам необходимо всемерно развивать передовые высокотехнологичные отрасли, а для этого создавать новые производства и предприятия. Обеспечение растущих предприятий заемными оборотными средствами вряд ли вызовет серьезную проблему. В стране достаточно развит рынок предоставления кредитов на эти цели. Другое дело, изыскание крупных инвестиционных капиталов.

Как известно, норма инвестиций в России крайне низка и находится на уровне развитых стран — 20—21 %. Такая норма обеспечивает среднегодовой темп роста за счет внутренних условий, как показывает опыт всех других стран, обычно на 2,5—3 %, если достаточно средств из инвестиций направлять на жилищное и социальное строительство, а также на инфраструктуру.

Если поставить задачу ежегодно устойчиво увеличивать ВВП на 5—6 %, как это делает ряд развивающихся стран, то необходимо поднять норму инвестиций, минимум, до 30—35 %. Для этого нужно изыскать применительно к российской экономике дополнительно 6—7 трлн. руб. на инвестиции в год в дополнение к имеющимся 9 трлн. рублей. Столь крупные денежные средства на развитие народного хозяйства в России могут иметь только банки. Активы наших банков составляют около 75 % валового внутреннего продукта, что составит в расчете на 2012 г. около 40 трлн. руб. Примерно вдвое меньшими средствами располагает Казначейство Министерства финансов, но его средства в подавляющей части идут на финансирование консолидированного бюджета и внебюджетных государственных фондов. Доля инвестиций в этих средствах относительно невелика, немногим больше 20 % существующего объема инвестиций. В отличие от других рыночных стран в России нет крупных рыночных денежных фондов, особенно фондов «длинных» денег — накопительных пенсий, страховых активов, паевых фондов. Суммарный объем всех этих фондов составляет менее десятой части банковских активов, и они не могут служить значительным источником внешнего финансирования экономического роста. Мы существенно отстаем по значимости банков в социально-экономическом развитии, а тем более по их инвестиционной роли не только от развитых стран Запада, но даже от Китая, Казахстана и многих других развивающихся стран, где доля активов банков в ВВП давно уже превысила 100%, а доля инвестиционного кредитования в разы выше. Поэтому, вся надежда в обозримом будущем на финансирование экономического роста со стороны банков.

Рассмотрим роль банков в экономике регионов на примере Алтайского края.

Взаимодействие между Администрацией края и банковским сообществом осуществляется, в первую очередь, по направлениям, определенным Соглашением о сотрудничестве между Администрацией Алтайского края и Алтайским банковским союзом.

Банковский сектор в Алтайском крае формируют многопрофильные кредитные организации из других регионов и региональные банки. По состоянию на 01.01.2011 на территории края осуществляли деятельность 7 региональных банков и их 8 филиалов, 40 филиалов кредитных организаций, зарегистрированных в других регионах, и одновременно с ними 851 внутреннее структурное подразделение кредитных организаций, в том числе 287 дополнительных офисов, 57 операционных офисов, 20 кредитно-кассовых офисов, 484 операционные кассы, 3 передвижных пункта кассового обслуживания.

Структурные подразделения кредитных организаций имеются во всех муниципальных образованиях.

Для банковского сектора в алтайском крае характерно: высокий уровень ликвидности, увеличение кредитования реального сектора экономики и населения, снижение процентных ставок.

Расширению кредитования способствовали также реализация механизмов государственной поддержки предприятий, поддержка ипотечного кредитования, субсидирование процентных ставок по автокредитам. Суммарный объем кредитов, выданных в 2010 году кредитными организациями в Алтайском крае, вырос на 37,0 % и составил 216,8 млрд. руб. Объем ссудной задолженности в течение 2010 года увеличился на 21,2 % (в 2009 году прирост составил 1,5 %) со 142,2 млрд. руб. до 172,3 млрд. руб.

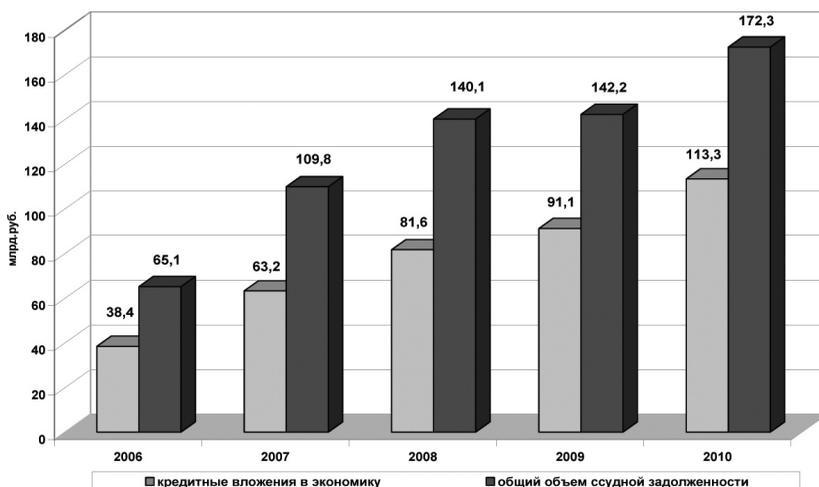


Диаграмма 2. Динамика ссудной задолженности

Предприятиями реального сектора экономики в 2010 году получено кредитов в объеме 128,5 млрд. руб., что составляет 130,2 % к уровню 2009 года. Объем ссудной задолженности по кредитам реальному сектору экономики составил 113,3 млрд. рублей (рост на 24,3 %, в 2009 — на 11,7 %).

По состоянию на 01.01.2011 доля реального сектора экономики составляет 65,8 %, физических лиц — 33,3 %. Темп роста долгосрочных кредитов реальному сектору экономике составил 107,5% и был ниже темпа роста краткосрочных кредитов — 123,9 %. В связи с чем,

доля долгосрочных кредитов в общей сумме ссудной задолженности реального сектора экономики снизилась с 55,4 % на 01.01.2010 до 49,3 % на 01.01.2011.

Основной объем кредитных ресурсов, как и в предыдущие годы, был направлен в торговлю — 39 % и обрабатывающие производства — 28 %. Реализация государственной программы развития сельского хозяйства способствовала кредитованию сельскохозяйственных предприятий и увеличению доли кредитных вложений в АПК с 13,9% в 2009 году до 15 % в отчетном году. Доля кредитов, направляемых в строительную отрасль, снизилась с 5,6 % в 2009 году до 3,5 %.

Уровень просроченной задолженности клиентов банковской сферы за отчетный год увеличился на 54,6% с 8,6 млрд. руб. до 13,3 млрд. руб., а ее доля в общем объеме ссудной задолженности - с 6,1% до 7,7%. В целом по банковской системе России объем просроченной задолженности вырос на 5,5%, а доля в общем объеме ссудной задолженности снизилась с 6% до 5,8%.

Кредитование предприятий АПК способствовало сохранению положительных тенденций в развитии сельского хозяйства. По направлению «Приоритетное развитие животноводства» в 2010 году выдано 17 кредитов на сумму 1,38 млрд. рублей. По направлению «Повышение финансовой устойчивости малых форм хозяйствования в агропромышленном комплексе» выдано 8656 кредитов на сумму 2,1 млрд. рублей, в том числе владельцам личных подсобных хозяйств — 7989 кредитов на сумму 915,3 млн. рублей, крестьянским (фермерским) хозяйствам — 663 кредита на сумму 1201,5 млн. рублей, кооперативам — 6 кредитов на сумму 16,3 млн. рублей.

Основным направлением взаимовыгодного сотрудничества Администрации края и банковского сектора является стимулирование инвестиционного процесса через компенсацию из бюджета банковской процентной ставки по привлекаемым кредитам. С целью сдерживания роста банковской процентной ставки в начале 2010 года проведен отбор банков по участию в кредитовании предприятий на условиях субсидирования процентной ставки за счет средств краевого бюджета. Предприятиям, привлекающим кредитные ресурсы на условиях субсидирования части банковской процентной ставки за счет средств краевого бюджета, были рекомендованы 14 кредитных организаций. Компенсация банковской процентной ставки осуществлялась по 30 кредитам, привлеченным на инвестиционные цели, в числе которых 25 переходящих проектов, поддержанных в 2005—2009 годах и 5 инвестиционных предложений, поддержанных в отчетном году. Объем кредитных ресурсов, привлеченных в 2010 году в экономику

края в результате использования механизма субсидирования процентных ставок, составил 336,7 млн. рублей.

Положительная динамика наблюдалась в кредитовании субъектов малого и среднего бизнеса. Объем кредитов, выданных в 2010 году субъектам малого и среднего предпринимательства, вырос на 47,5% и составил 108,6 млрд. рублей. Ссудная задолженность увеличилась на 36,1% и по состоянию на 01.01.2011 составила 76,9 млрд. рублей.

Индикаторы и качественные изменения, произошедшие в банковском секторе края за анализируемый период, показывают положительную динамику развития банковского сектора Алтайского края. Однако, усиление роли банковского сектора в экономике края, содействие в реализации базовых социальных функций государства не наблюдается. Это связано, по мнению авторов с тем, что программа развития банковского сектора в регионе осуществляется в отрыве от программы развития экономики региона. Отсутствие механизмов взаимодействия региональных и банковских финансов в направлении развития экономики не позволяет развиваться на должном уровне дотационным регионам. Очевидное подтверждение этому - низкая доля участия кредитных средств в экономике сельскохозяйственной отрасли, основной отрасли Алтайского края (более 30% ВВП). Высокая доля кредитного портфеля сосредоточена в торговле, отрицательная динамика вложения кредитных средств в стройиндустрию.

Список литературы:

1. Белоглазова Г. Н. Банковское дело. Организация деятельности коммерческого банка: учебник/ Г. Н. Белоглазова, Л. П. Кроливецкая. — М.: Юрайт, 2011
2. «Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года» от 17 ноября 2008 г. № 1662-р
3. Умаханов М. И. Устойчивое развитие региона: модель, основные направления, концепция: монография/ М. И. Умаханов, Р. Д. Шахпазова.— М.: ЮНИТИ-ДАНА: Закон и право, 2006

СЕКЦИЯ 3.

БУХГАЛТЕРСКИЙ, УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ УЧЕТ И АУДИТ

ИЗМЕНЕНИЯ НАЧИСЛЕНИЙ СТРАХОВЫХ ВЗНОСОВ И ПО НДФЛ В 2012 ГОДУ

Оганян Нонна Борисовна

*студент 3 курса, кафедра бухгалтерского учета, анализа и аудита
ОГУ, г. Оренбург*

E-mail: nona-bua@yandex.ru

Егорова Людмила Геннадиевна

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

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

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

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

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

Аналитики утверждают, что именно 2012 год станет переломным для рынка труда. Связано это с тем, что запросы кандидатов на вакантные должности изменяются, да и действующие сотрудники станут искать лучшие условия труда. Новый вид кризиса — кадровый кризис подстергает тех, кто не найдет подходов к нарастающей проблеме

мотивирующей заработной платы. Рынок не позволяет терять время: грамотные предприятия, не дожидаясь кризиса, начали искать подходы к уравниванию финансовых возможностей предприятия и запросов персонала.

Расчет заработной платы на предприятии является одним из самых трудоемких, объемных и значимых участков работы. В стандартных условиях на расчётчике лежит ответственность за сохранение «политического» равновесия внутри компании. Любая ошибка при расчете заработной платы, непреднамеренное разглашение конфиденциальной информации об условиях оплаты того или иного сотрудника или же, наоборот, отсутствие понятной и прозрачной схемы распределения премий за результаты труда могут вылиться в малоприятные для фирмы последствия.

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

Всё вышеперечисленное определяет актуальность выбранной темы «Изменения начислений страховых взносов и по НДФЛ в 2012 г.».

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

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

Тарифы страховых взносов на 2012 и 2013 годы

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

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

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

Третье новшество — отмена платежей в территориальные фонды обязательного медицинского образования. Прежде, «медицинские» взносы делились на платежи в ТФОМС (по ставке 2 %) и в ФФОМС

(по ставке 3,1 %). С января 2012 года все перечисления в полном объеме нужно делать в Федеральный фонд ОМС, ставка будет равна 5,1 % (см. табл. 1) [3].

Таблица 1.

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

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

Новое распределение пенсионных взносов

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

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

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

В ближайшие два года плательщики, не относящиеся к льготным категориям, будут распределять пенсионные взносы так, как показано в таблице 2 [3].

Таблица 2.

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

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

Взносы за единственного учредителя

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

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

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

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

Начиная с 2012 года, повода для разногласий не будет, поскольку единственные учредители, подписавшие трудовые договоры, признаны застрахованными лицами. Соответствующие поправки внесены сразу в три федеральных закона: об обязательном пенсионном страховании (от 15.12.01 № 167-ФЗ) [4], об обязательном соцстраховании на случай временной нетрудоспособности и в связи с материнством (от 29.12.06 № 255-ФЗ) [5], и об обязательном медицинском страховании (от 29.11.10 № 326-ФЗ) [6]. Данные поправки означают, что законодатели признали за единственными учредителями право принимать на работу самих себя.

Отчетность

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

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

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

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

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

Ответственность работодателей

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

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

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

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

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

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

Увеличена санкция за отказ предоставить для проверки документы или их копии. Ранее инспекторы штрафовали на сумму 50 руб. за каждый непредоставленный документ, теперь — на 200 руб. за один документ (новая редакция ст. 48 Закона № 212-ФЗ) [2].

Как законно уменьшить страховые взносы?

Чтобы реально экономить, нужно уметь ориентироваться в законодательстве о страховых взносах и грамотно использовать те легальные способы экономии, которые оно предоставляет.

Условно существующие способы экономии на страховых взносах можно разделить на две основных группы:

1. выплата сумм, которые не облагаются страховыми взносами;
2. применение пониженных тарифов страховых взносов, установленных на переходный период 2011—2019 гг. статьей 58 Закона № 212-ФЗ.

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

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

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

Таблица 3.

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

Суммы, подлежащие обложению страховыми взносами	Суммы, не подлежащие обложению страховыми взносами
<p>1. оплата стоимости путёвок на санаторно-курортное лечение работнику за счёт средств работодателя в рамках трудовых отношений;</p> <p>2. компенсационная выплата работнику за неиспользованный отпуск, вне зависимости от того, связана она или нет с увольнением работника;</p> <p>3. оплата дополнительных выходных дней, предоставляемых работнику для ухода за детьми-инвалидами в рамках трудовых отношений;</p> <p>4. выплаты среднего заработка работникам в период прохождения ими военных сборов;</p> <p>5. выплаты, производимые работникам в рамках трудовых отношений, в том числе суммы среднего заработка, выплачиваемые организацией работникам-донорам за дни сдачи крови и предоставляемые в связи с этим дни отдыха;</p> <p>6. выплаты, производимые работникам в рамках трудовых отношений, в том числе суммы среднего заработка, выплачиваемого работающим беременным женщинам за дни прохождения ими обязательного диспансерного наблюдения;</p> <p>7. оплата организацией услуг фитнес-центров для работников, а также не подтверждённые документально представительские расходы;</p> <p>8. сумма невозвращённого долга в случае прекращения обязательств по возврату работником денежных средств, как выплата, произведённая в пользу работника в рамках его трудовых отношений с организацией;</p> <p>9. оплата доп. отпусков, предоставляемых сотрудникам организации;</p> <p>10. суммы, уплаченные организацией в порядке возмещения расходов работников по оплате жилого помещения...</p>	<p>1. суммы, выплачиваемые организациями своим работникам на возмещение затрат по уплате процентов по займам (кредитам) на приобретение и (или) строительство жилого помещения;</p> <p>2. стипендия, выплачиваемая организацией обучающемуся лицу, в том числе работнику организации на основании учебного договора;</p> <p>3. выплаты в виде выходного пособия руководителю;</p> <p>4. оплата стоимости путёвок, производимая плательщиком страховых взносов непосредственно членам семьи работника, которые не состоят с организацией в трудовых отношениях;</p> <p>5. сумма оплаты отпуска (сверх ежегодного оплачиваемого отпуска) для лечения в связи с профессиональным заболеванием;</p> <p>6. часть прибыли общества, распределённая участникам общества, в том числе между учредителями, не является выплатой, начисленной в рамках трудовых отношений;</p> <p>7. сумма компенсации, выплачиваемая сотруднику организации за использование личного имущества (транспорта, мобильного телефона), в размере, определяемом соглашением между организацией и сотрудником;</p> <p>8. суточные в размере, определённом в коллективном договоре или в локальном нормативном акте;</p> <p>9. оплата обучения работника, проводимого по инициативе работодателя, с целью более эффективного выполнения им трудовых обязанностей, вне зависимости от формы такого обучения;</p> <p>10. суммы оплаты работодателем один раз в учебном году проезда работников, которые успешно обучаются по заочной форме обучения в имеющих гос. аккредитацию образовательных учреждениях высшего профессионального образования;</p> <p>11. стоимость (числится на балансе организации) выданной сотрудникам организации во временное пользование форменной одежды, выданной для использования только на работе при выполнении трудовых обязанностей и сдаётся ими при увольнении;</p> <p>12. оплата дополнительного оплачиваемого отпуска и выплата дополнительного вознаграждения за выслугу лет (осуществляется органом соц. защиты вне рамок трудовых отношений)...</p>

[2]

Пониженные ставки страховых взносов

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

- аптечные организации, уплачивающие ЕНВД,
- некоммерческие организации, применяющие УСН и осуществляющие деятельность в области социального обслуживания населения, научных исследований и разработок, образования, здравоохранения, культуры и искусства и массового спорта (за исключением профессионального),
- благотворительные организации, применяющие УСН, организации, оказывающие инжиниринговые услуги, за исключением организаций, заключивших с органами управления особыми экономическими зонами соглашения об осуществлении технико-внедренческой деятельности [2].

НК РФ: В Налоговый кодекс РФ внесены очередные поправки

В частности:

- НДФЛ: уточнен перечень не облагаемых НДФЛ доходов (исключены, в частности, суммы выходного пособия); уточнен порядок предоставления и размеры стандартных налоговых вычетов на детей.

Основные изменения по НДФЛ в 2012 году:

1. Изменился размер стандартного вычета на первого и второго ребенка.

С 1 января 2012 г. вычет на первого и второго ребенка, находящегося на обеспечении родителя (усыновителя, опекуна, попечителя, приемного родителя), составляет 1400 руб., а не 1000 руб., как было в 2011 г. Размер вычета на третьего и каждого последующего ребенка, а также на каждого ребенка-инвалида был повышен до 3000 руб. Стандартный вычет на детей можно применять до месяца, в котором доход, исчисленный налоговым агентом нарастающим итогом с начала календарного года, превысит 280 000 руб. (подп. 4 п. 1 ст. 218 НК РФ);

2. Отменен ежемесячный стандартный вычет в размере 400 руб.

3. Суммы возмещения работникам затрат по уплате процентов по займам (кредитам) на приобретение или строительство жилья не облагаются НДФЛ и в 2012 г.;

4. Компенсации руководителям, их заместителям и главным бухгалтерам при увольнении облагаются НДФЛ в части, превышающей трехкратный размер среднего месячного заработка;

5. Выходное пособие и средний месячный заработок на период трудоустройства не облагаются НДФЛ в размере, не превышающем в совокупности три средних месячных заработка;

6. Выплаты добровольцам и помощь детям, оставшимся без попечения родителей, не облагаются НДФЛ;

7. Уточнен порядок освобождения от НДФЛ материальной помощи, оказываемой в связи со стихийным бедствием.

Данные выплаты будут освобождаться от НДФЛ независимо от цели предоставления денежных средств.

8. Имущество, переданное физ. лицом на формирование или пополнение целевого капитала некоммерческой организации и возвращенное ему, НДФЛ не облагается;

9. Дополнен перечень оснований для получения социального вычета.

С 1 января 2012 г. физ. лица могут получить социальный вычет при перечислении из своего дохода пожертвований благотворительным организациям и иным социально ориентированным некоммерческим организациям (подп. 1 п. 1 ст. 219 НК РФ). Напомним, что указанный вычет можно было применить при условии, что средства на благотворительные цели перечислялись организациям, частично или полностью финансируемым из соответствующего бюджета. В противном случае получить вычет было нельзя. Теперь такого условия в подп. 1 п. 1 ст. 219 НК РФ нет. Кроме того, в социальный вычет можно включить пожертвования, которые физ. лицо перечисляет некоммерческим организациям на формирование или пополнение целевого капитала;

10. Пенсионеры смогут перенести имущественный вычет по расходам на приобретение жилья на предыдущие налоговые периоды (т. е. на периоды, когда они получали налогооблагаемый доход), но не более трех (абз. 3 п. 3 ст. 210, абз. 29 подп. 2 п. 1 ст. 220 НК РФ);

11. Уточнен порядок предоставления имущественного вычета при продаже недвижимости, возвращенной физ. лицу-жертвователю

Согласно Федеральному закону от 30.12.2006 N 275-ФЗ «О порядке формирования и использования целевого капитала некоммерческих организаций» с 1 января 2012 г. на пополнение целевого капитала некоммерческой организации может передаваться, в том числе недвижимое имущество (ч. 3 ст. 4 указанного Закона). Данное имущество может быть возвращено физ. лицу-жертвователю в случае расформирования целевого капитала, отмены пожертвования или при ином возврате, предусмотренном договором или действующим законодательством. В дальнейшем эта недвижимость может быть реализована. При продаже жилья, находившегося в их собственности менее трех лет, физ. лица вправе воспользоваться имущественным вычетом в размере 1 млн. руб. (подп. 1 п. 1 ст. 220 НК РФ) [7];

12. Порядок уплаты НДФЛ с доходов, полученных предпринимателем от участия в инвестиционном товариществе

С 1 января 2012 г. вступил в силу Федеральный закон от 28.11.2011 N 335-ФЗ «Об инвестиционном товариществе», который регулирует особенности договора простого товарищества, заключаемого несколькими лицами для осуществления совместной инвестиционной деятельности.

Каждый участник товарищества, являющийся предпринимателем, самостоятельно уплачивает НДФЛ с доходов, полученных от деятельности в рамках товарищества (п. 1 ст. 24.1, п. 2 ст. 226 НК РФ). Он определяет налоговую базу на основании сведений о доходах и убытках инвестиционного товарищества (п. 2 ст. 214.5 НК РФ). Данные сведения ему обязан направить уполномоченный управляющий товарищ (подп. 5 п. 4 ст. 24.1 НК РФ) [1].

Следует отметить, что сведения представляются в налоговые органы в виде справки по форме 2-НДФЛ, действующей в соответствующем налоговом периоде.

Утвержденный порядок регламентирует представление сведений на электронных, бумажных носителях, а также по телекоммуникационным каналам связи.

Таким образом, изучив особенности начисления страховых взносов и по НДФЛ в 2012 году, мы отметили изменения в экономическом и социальном развитии страны и в политике в области оплаты труда, социальной поддержки и защиты работников. Хочется верить, что данные коррективы приведут нашу страну к процветанию и благоденствию!

Список литературы:

1. Налоговый Кодекс РФ (с изменениями и дополнениями от 3 декабря 2011 г.);
2. Федеральный закон от 24 июля 2009 года N 212-ФЗ «О страховых взносах в Пенсионный фонд РФ, Фонд социального страхования РФ, Федеральный фонд обязательного медицинского страхования и территориальные фонды обязательного медицинского страхования» (в редакции Федерального закона от 03.12.2011 № 379-ФЗ);
3. Федеральный закон Российской Федерации от 3 декабря 2011 г. N 379-ФЗ г. Москва «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам установления тарифов страховых взносов в государственные внебюджетные фонды»;
4. Федеральный закон от 15 декабря 2001 г. N 167-ФЗ "Об обязательном пенсионном страховании в Российской Федерации"(с изменениями от 3 декабря 2011 г.);
5. Федеральный закон Российской Федерации от 29 декабря 2006 г. N 255-ФЗ «Об обеспечении пособиями по временной нетрудоспособности, по беременности и родам граждан, подлежащих обязательному социальному страхованию» (ред. от 28.11.11);
6. Федеральный закон от 29.11.2010 N 326-ФЗ (ред. от 03.12.2011) «Об обязательном медицинском страховании в Российской Федерации»;
7. Федеральный закон от 30 декабря 2006 г. N 275-ФЗ «О порядке формирования и использования целевого капитала некоммерческих организаций» (с изменениями и дополнениями от 21.11.11).

СЕКЦИЯ 4.

ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ В СОВРЕМЕННОМ МЕНЕДЖМЕНТЕ

РАЗВИТИЕ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ СУБЪЕКТАМИ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Чаплина Альбина Николаевна

док. экон. наук, профессор ФГБОУ ВПО «КГТЭИ», г. Красноярск

E-mail: km.kgtei@mail.ru

Герасимова Елена Александровна

канд. экон. наук, доцент ФГБОУ ВПО «КГТЭИ», г. Красноярск

E-mail: km.kgtei@mail.ru

Условия транзитивной экономики предопределили нетрадиционный подход к базисным подсистемам жизнедеятельности человека, какой является потребительский рынок для населения конкретного региона. Потребительский рынок (ПР) — это своеобразная социально-экономическая система рыночного хозяйства, которая нуждается в адекватной ее целям и функциям системе управления: механизм управления, процесс управления, структура управления (СУПР). Определяющая цель СУПР — обеспечение совершенствования человеческого потенциала на базе стандартов потребительских ценностей для населения конкретного региона в новых условиях его функционирования. СУПР должна также в целом создать условия адекватности стратегии ПР его стратегическому выбору. Будучи системой открытого типа, ПР обладает готовностью к изменениям, которые формирует взаимодействие факторов внешней и внутренней среды. Главный актив ПР — население, организационное поведение которого определяет потребности.

Цель исследования заключается в необходимости рассмотрения научных основ СУПР, а также всего комплекса проблем, связанных с определением методологических подходов и выявлением основополагающих принципов корпоративного управления данной социально-экономической системой.

Потребительский рынок предполагает большое наличие числа относительно независимых продавцов и покупателей, действующих и взаимодействующих на основе определенных закономерностей. При этом рыночная «смесь» (предложение товара, спрос товара, цена товара) ПР создает необходимое сочетание представляемых потребительских ценностей товаров и услуг для населения и их цены. В рыночной экономике индикатором надежности ПР выступает пространственно-временной баланс между предложением, спросом и ценой товаров и услуг. Специфической чертой ПР выступает его социальная направленность функционирования, при разной приоритетности товаров и услуг. Все это обуславливает необходимость и возможность федеральных и муниципальных органов управления (власти) сформировать адекватную СУПР, которая обеспечивала бы формирование, поддержание, изменение потребительских ценностей для населения конкретного региона. Такое управление должно быть корпоративным. Существует такое представление, что корпоративное управление — это управление, объектом которого является корпорация. Это не совсем точное и полное представление. Корпоративное управление может быть и в обычных условиях предприятия, не являющегося акционерным обществом. Корпоративность — это качество интеграции, общность, единство, объединенность. В современных условиях развития ПР корпоративный менеджмент оказывается очень эффективным и созвучным пониманию «стратегическое поведение» и «доминирующая культура» в турбулентной среде рынка [2].

Важнейшая составная часть потребительского рынка — розничная торговля традиционно относится к пяти базовым отраслям экономики. Розничная торговля включает в себя любую деятельность по продаже товаров или услуг непосредственно конечным потребителям для их личного некоммерческого использования и является элементом рынка товаров и услуг, который, включается в состав потребительского рынка. На основании изучения основных тенденций потребительского рынка Красноярского края можно сделать следующие выводы:

- на фоне увеличения доходов населения, сокращения инфляции происходит очевидное изменение структуры потребительского спроса (соотношение непродовольственных товаров с продовольственными составляет 52/48) и потребительского поведения (покупки в организованном и неорганизованном секторе торговли соотносятся как 84/16);
- распространение практики потребительского кредитования преодолевает негативные последствия сохраняющегося уровня безработицы (9,4%) и социального расслоения (коэффициент дифференциации доходов в 2010 году составил 14,5), однако объективно способствует переносу интереса покупателей на импортную продук-

цию (соотношение отечеств./импортн. в секторе продтоваров 70/30, в непродовольственном секторе — 30/70);

- высокий уровень урбанизации в регионе (75 % проживают в городах и поселках городского типа) и растущая покупательная способность населения приводят к активному росту оборота розничной торговли;

- приход иностранных игроков на потребительский рынок ужесточает конкурентную борьбу, активизирует процессы слияний и в то же время способствует оздоровлению бизнес-среды, что весьма актуально, поскольку определенная часть рынка по-прежнему находится «в тени».

Условия гарантированного качества товаров и услуг, широкий выбор, за удобство процесса покупки могут обеспечить торговые сети, среди преимуществ которых: консолидация закупок, позволяющая получать серьезные внешние скидки, и централизация контрольно-управленческих функций, ведущая к серьезному снижению внутренних издержек. По оценкам ряда аналитиков, в ближайшие 3 года доля сетей может составить до 60 % оборота розничной торговли в крае.

Таким образом, реализация потенциальных возможностей потребительского рынка связана с формированием розничных торговых сетей, широта и масштабность которых во многом будет определяться торговой политикой в регионе. Основными участниками розничной торговли выступают предприятия розничной торговли.

Новые формы предприятий торговли «рождаются» чуть ли не ежедневно, постоянно угрожая уже существующим. Конкуренция становится все более «универсальной» — она ведется между магазинами различных типов. Магазины сниженных цен, выставочные залы, универмаги — все они ведут борьбу за одного и того же потребителя. По мнению Ф. Котлера, одна из причин появления новых форм розничной торговли — принцип розничного кругооборота. В настоящее время в условиях обостряющейся конкуренции в секторе розничной торговли появляются современные формы и методы торговли, новые форматы предприятий торговли, интегрирующие использование западных инструментов торговли, применение новой техники и современных технологий [1].

Согласно словарю В. Даля (издание 1909 года) — слово «формат» происходит от латинского слова «formatum» и означает «размер, величина, образ». Как правило, каждый из форматов имеет устоявшийся набор признаков. На практике достаточно оценить предприятие по небольшому количеству параметров, к которым относятся: площадь торгового зала; количество расчетно-кассовых узлов; площадь складских, вспомогательных, офисных помещений и др.

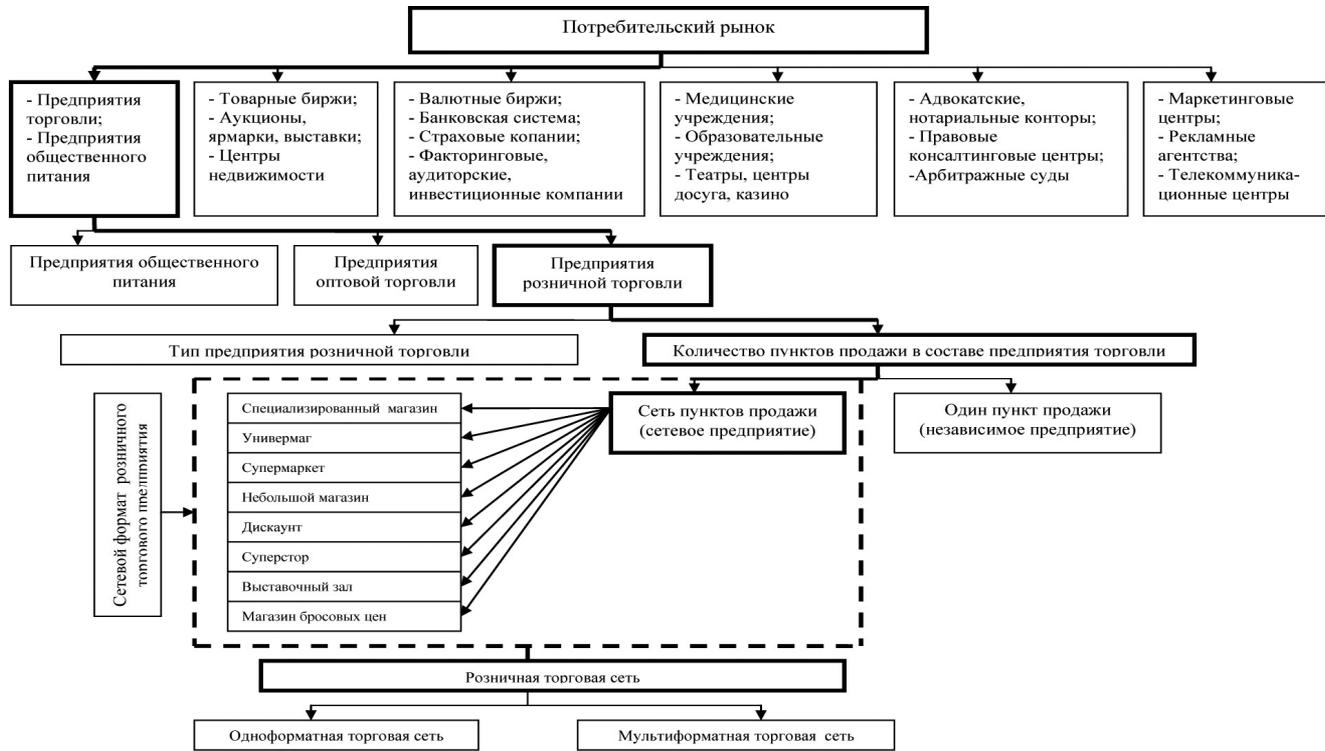
Формат, прежде всего, ориентирован на покупателя, поэтому в приведенном списке отсутствует такой важный для владельца бизнеса

показатель, является магазин сетевым либо независимым. Вместе с тем, некоторые из форматов могут успешно существовать только в сетевом варианте, по достижении «критической массы» торговых площадей. Их деятельность основывается на использовании эффекта масштаба. При этом, сетевой формат представляет собой объединение, по меньшей мере, двух магазинов, имеющих единые принципы управления и, как минимум, реализовывающих одно из основных преимуществ сетевой компании по сравнению с отдельным стоящим магазином — консолидированную закупку товаров, получая лучшие ценовые условия от поставщиков.

Основные признаки сетевого формата предприятия: мониторинг закупочных и розничных цен в центральном офисе; централизованное управление ресурсами предприятия; единая дисконтная система; единые инвесторы; единая торговая марка. Розничные торговые предприятия, имеющие в своем составе сеть пунктов продажи (магазинов), функционируют в режиме сетевого формата и образуют торговую розничную сеть. Розничные торговые сети могут включать как магазины одного формата (одноформатные розничные сети), так и объединение магазинов различных форматов (мультиформатные розничные сети). Положение розничных торговых сетей в системе потребительского рынка показано на рисунке 1.

В современной научной литературе [3; 4] встречается целый комплекс понятий, характеризующих деятельность розничных предприятий торговли, объединяющих в своем составе два и более магазина и имеющих основные признаки сетевого формата. Поэтому, в данном исследовании понятия «корпоративная сеть магазинов», «торговое предприятие сетевого формата», «сетевое торговое предприятие», «розничная торговая сеть», «ритейл», «сетевой оператор» будут рассматриваться как равнозначные.

Таким образом, сетевая торговля относится к современным форматам розничной торговли, имеющим особенности функционирования и управления: возможность консолидированных закупок у поставщиков; применение современных информационных технологий; эффективное использование логистики в управлении; высокая степень автоматизации процесса торговли; оказание дополнительных услуг покупателям; более высокие показатели производительности на 1 работника; высокое качество обслуживания; широкий и глубокий ассортимент. Следует подчеркнуть, что управление сетью магазинов является существенно более сложным процессом, а цена ошибок многократно возрастает и тиражируется с ростом торговой сети. В данном исследовании обобщена краткая классификация моделей управления сетью магазинов, сформированная в современной научно-методической литературе, и принятых в современной розничной сетевой торговле (табл.1). Исследование



основных моделей управления розничными торговыми сетями позволяет сформулировать основные тенденции в КОРПОРАТИВНОМ управлении ими.

1. **Ограничение круга поставщиков.** Благодаря современным информационным системам и закупочной мощи розничные торговые сети способны обеспечить значительную экономию своим покупателям. Предприятия сетевого формата предпочитают иметь дело с небольшим количеством крупных поставщиков. Мелкие поставщики не могут предоставлять товары в нужной упаковке, организовывать электронные линии связи, делать частые поставки, проводить рекламные компании своих марок.

2. **Усиление роли вертикальных маркетинговых систем.** Управление и программирование маркетинговых каналов всё чаще осуществляется на профессиональном уровне. По мере того, как крупные розничные сети расширяют контроль над маркетинговыми каналами, небольшие независимые магазины просто вытесняются.

3. **Использование портфельного подхода в управлении.** Розничные торговые сети всё чаще создают магазины, предназначенные для людей с определенным стилем жизни. Они не «зацикливаются» на одной форме торговли, как, например, универмаги, а используют целые наборы нововведений, что обещает принести ещё большую прибыль.

4. **Повышение значения технологий в управлении.** Технология превращается в критически важный элемент конкурентной борьбы в розничной торговле. Прогрессивные компании используют для построения точных прогнозов, контроля за издержками, компьютерные программы, пользуются электронными средствами размещения заказов у поставщиков, услугами электронной почты. В магазинах розничной сети устанавливаются сканеры и системы для обработки покупки, системы электронного перевода денег и обмена данными, внутренние системы телевидения, усовершенствованные системы хранения и перемещения запасов.

Исследование мирового опыта позволяет сделать вывод о том, что сетевая торговля может занять до 90% розничного рынка в стране. Это обусловлено тем, что сетевая форма торговли сама по себе является конкурентным

Таблица 1.

**Классификация моделей управления, принятых в современной сетевой торговле
[составлено авторами]**

Модель управления	Сущность модели управления	Пользователи данной модели	Достоинства модели	Недостатки модели	Информационная архитектура
1	2	3	4	5	6
«Инвестиционная» модель управления	Инвестирующий и синтетически консолидирующий финансовый центр, с практически самостоятельными объектами хозяйствования	Часть торговых компаний, которые фактически не являются в полном смысле слова сетевыми ритейлерами	Задачи управления в центре упрощены. Возможность проявления инициативы на местах	Невозможно использовать преимущества сетевого оператора. Зависимость от качества менеджмента конкретного исполнителя. Отсутствует консолидация закупок	Может успешно применяться «коробочное» программное обеспечение. Магазины, входящие в состав сети объединены общими инвесторами, либо торговой маркой
«Холдинговая» модель управления	Центр, стратегически определяющий закупочную политику (поставщиков, номенклатуру и закупочные цены), и самостоятельные в оперативном управлении объекты торговли	Розничные операторы, не имеющие распределительных центров (функции оперативного взаимодействия с поставщиками делегируются менеджерам магазинов)	Гибкость в управлении конкретным магазином менеджерами на местах. Такая модель может быть частично использована (для взаимодействия центрального офиса с «кустовыми» офисами, а также с масштабными франчайзинговыми структурами) при построении систем национального масштаба	Чрезмерный рост аппарата управления и, как следствие, высокие издержки. Сложно поддерживать непротиворечивость данных в центре, причем с ростом числа магазинов эта проблема становится все более острой. Другим недостатком является практически удвоение парка серверов, многократное увеличение стоимости системного ПО	Системы с распределенной архитектурой баз данных (в каждом магазине - свой сервер с программным обеспечением и данными).

<p>«Централизованная» модель управления</p>	<p>Наиболее эффективная организация сетевого ритейла. Единый центр управления делегирует магазинам функции,</p>	<p>Большинство вновь открываемых российских сетевых компаний, особенно те, которые имеют распределительные центры, или которые пришли в</p>	<p>Снижение издержек. Эффективное использование аппарата управления при его концентрации в едином центре. Фактически, - это дистанционное управление торговыми</p>	<p>Зависимость работы системы от канала связи. Если до конкретного удаленного объекта провести канал связи не представляется возможным, возникает необходимость либо развернуть автономную</p>	<p>Работа в режиме on-line с единым сервером Баз Данных в центре (необходим выделенный канал связи; желательно использование низкоскоростных каналов) позволяет сконцентрировать инвестиции на одном сервере, уменьшить</p>
	<p>минимально необходимые для участия в логистических операциях по товародвижению (заказ, инвентаризация, переоценка)</p>	<p>розицу из опыта. Используют сети магазинов, в состав которых могут входить как магазины одного формата, так и магазины разных форматов.</p>	<p>объектами, которое дает колоссальный эффект от возможности организовать процесс управления непрерывным образом, интенсифицировать все бизнес-процессы торговой компании, а значит, получить конкурентное преимущество</p>	<p>информационную систему с возможностями обмена информацией с центральным сервером, а также разместить аппарат управления, достаточный для автономной работы магазина для подключения объекта по «холдинговому» методу управления, либо работать по, так называемому, «лоточному» принципу</p>	<p>затраты на приобретение системного и прикладного программного обеспечения, а также сократить штат IT-специалистов. Затраты на построение каналов связи не идут ни в какое сравнение с экономией на снижении (в десятки раз) темпов роста аппарата управления при увеличении количества объектов сетевой компании</p>
<p>«Лоточная» модель управления</p>	<p>Модель с тотальной концентрацией управления в центре и с полным</p>	<p>Применяется в последнее время для работы некоторых</p>	<p>Наибольшая экономия технических и трудовых ресурсов</p>	<p>Практически исключается прямая поставка «новых» товаров в магазин. Осложнена технология</p>	<p>Отсутствие информационной системы в магазинах (только кассовые</p>

	отсутствием функций управления в магазине, кроме отпуска товаров покупателям	форматов магазинов, в основном для сетей «жестких» дискаунтов.		проведения предпродажной подготовки товаров в магазине	аппараты), обмен информацией с центром - по электронной почте, модему, (предпродажная подготовка главным образом производится на распределительном центре, весь товар поставляется через склад)
«Гибридная» модель управления	В сети имеются объекты, управляемые централизованно, а часть магазинов может работать по «холдинговому» принципу	Розничные операторы, строящие общенациональные сети	Практически единственно возможный метод управления для национальных и международных сетевых ритейлеров в российских условиях, обеспечивающий товарную консолидацию в центре	Схожи с недостатками «холдинговой» модели управления. Однако они могут быть существенно уменьшены, если территориальные «кусты» управляются по «централизованному» или «лоточному» методу управления	Система с распределенной базой данных. Однако, если внутренний «куст» работает с централизованной архитектурой, то количество серверов существенно уменьшается. Это позволяет не строить выделенные межрегиональные каналы связи.

преимуществом перед автономным магазином (лучшие условия у поставщиков, снижение издержек, популярная торговая марка). Для отечественного торгового бизнеса сетевая форма организации розничной торговли является относительно новой, однако достаточно бурно развивающейся. В отдельных регионах России доля розничного рынка, занимаемая сетевыми торговыми предприятиями, уже достигает 50%, и имеет тенденцию к дальнейшему росту.

Поэтому современные условия требует формулирования новых концепций и методов, в совокупности отвечающих на вопросы о формах и методах ведения бизнеса на потребительском рынке, о новых аспектах госрегулирования, о потенциальных возможностях улучшения методического и институционального обеспечения развития потребительского рынка.

Список литературы:

1. 7 НОТ менеджмента. Настольная книга руководителя под ре. В. В. Кондратьева. - 7-е изд., перераб. и доп. — М.: Эксмо, 2008. — 976 с. — (7 нот менеджмента).
2. Минцберг Г., Альстрэнд Б., Лэмпел Дж. Школы стратегий / Пер. с англ. под ред. Ю. Н. Каптуревского. — СПб.: Питер, 2000. — 336 с.
3. Чаплина А. Н., Методология и методы управления потребительским рынком для городского населения: монография: Краснояр. гос. ун-т. — Красноярск, 2002. — 215 с.
4. Чаплина А. Н., Максименко И. А. Механизм обеспечения конкурентоспособности сетевых розничных торговых предприятий монография: Краснояр. гос. ун-т. — Красноярск, 2008 — 215 с.
5. Чаплина А. Н., Герасимова Е. А. Формирование стратегии комплексного развития предпринимательской структуры: Монография: Красноярский государственный торгово-экономический институт. — Красноярск, 2009. — 218 с.

СЕКЦИЯ 5.

МАРКЕТИНГ

УПРАВЛЕНИЕ ОТНОШЕНИЯМИ С ПОТРЕБИТЕЛЯМИ С ПОМОЩЬЮ ИНТЕГРИРОВАННЫХ СИСТЕМ МАРКЕТИНГОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

Мальцева Юлия Анатольевна

*доцент, кандидат философских наук, Уральский Федеральный
Университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина,
г. Екатеринбург*

Ренгер Дарья Игоревна

*магистрант, Уральский Федеральный Университет имени первого
Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург
E-mail: rengerdasha@mail.ru*

В современных экономических условиях особенно важной внимания руководства предприятия и управленческой деятельности становится информационное обеспечение процесса управления, включающее сбор и переработку информации, необходимой для принятия обоснованных управленческих решений на всех уровнях руководства предприятия и, в частности, в управлении отношениями с потребителями. Информация, вне сомнения, стала в настоящее время равноправным ресурсом любого рыночного субъекта, наравне с традиционными уже материальными, техническими, трудовыми, финансовыми и временными ресурсами.

Владение информацией — одно из важнейших конкурентных преимуществ компаний в современных рыночных условиях, так как менеджмент компании получает возможность добиться повышения результатов производственной и маркетинговой деятельности, выбирать наиболее перспективные рынки, разрабатывать уникальные предложения, выполнять маркетинговые планы. Не случайно Уинстон Черчилль говорил: «Кто владеет информацией — тот владеет миром».

Организация движения информации в любой компании осуществляется в рамках маркетинговой информационной системы (МИС), даже если последняя официально не называется таковой.

Традиционно маркетинговые информационные системы (МИС) рассматриваются как системы, оказывающие необходимую поддержку в принятии маркетинговых решений.

Понятие и основные составляющие Маркетинговой информационной системы довольно проработанная тема в учебной литературе. Дефиниция МИС дается многими исследователями. Мы считаем, что фактором, объединяющим позиции большинства авторов, является зависимость МИС от компьютерных технологий и высокая значимость данной системы для принятия маркетинговых решений.

Наиболее полное определение, по нашему мнению, предлагает Е. П. Голубков: Маркетинговая информационная система (МИС) — это совокупность (единый комплекс) персонала, оборудования, процедур и методов, предназначенная для обработки, анализа и распределения в установленное время достоверной информации, необходимой для подготовки и принятия маркетинговых решений [1, с. 67].

Вместе с тем, нельзя не отметить тот факт, что понятие «Интегрированные маркетинговые информационные системы» (ИМИС) в современной литературе практически не изучено. Связано это, на наш взгляд, с тем, что под интеграцией возможно понимание многих разных аспектов.

Так в учебной русской литературе у С. В. Мхитарян в учебно-методическом комплексе «Маркетинговая информационная система» встречается термин унифицированные маркетинговые системы (УМИС). Где функционально УМИС можно разделить на две основные части: модули регистрации маркетинговой информации и модули анализа маркетинговой информации [2, с. 95]. То есть, автор под УМИС понимает некий программный продукт, который содержит базу данных со всей необходимой информацией для принятия важных управленческих и маркетинговых решений.

В англоязычной литературе В. Невода (в работах 2004 года) описывает понятие ИМИС и рассматривает с точки зрения информационных технологий [4], характеризуя интеграцию Маркетинговых информационных систем в трех основных направлениях:

- Интеграция данных (интеграция источников данных и интеграция данных схем);
- Интеграция информационных технологий;
- Интеграция Web и Интернет.

Развитие интернет-технологий позволяет серьезные расширение концепции интеграции в современном мире.

На основе вышеуказанных подходов нами предлагается классификация, согласно которой ИМИС можно охарактеризовать:

1. По использованию:

- Объединение в единую локальную систему — программный продукт: создание единого программного продукта, в котором будут объединены все компоненты МИС (в крупных корпорациях такие программные продукты существуют);

- Объединение технологий (интеграция данных, информационных технологий и Интернета).

2. По способу сбора информации и попаданию в систему:

- Механический сбор и внесение человеком информации в систему;

- С использованием автоматизированных компьютерных технологий и Интернета.

Мы считаем, что интеграция заключается в современных возможностях — объединению данных, информационных технологий и сети Интернет.

Авторами статьи было разработано следующее собственное определение термина Интегрированные маркетинговые информационные системы.

ИМИС — это совокупность постоянно дополняющихся ресурсов и методов сбора, обработки и предоставления актуальной и достоверной информации для принятия маркетинговых решений (кат тактических, так и стратегических), посредством постоянно меняющихся информационных технологий и возможностей Интернета.

Именно развитие Интернета дает новые возможности для изучения поведения потребителей и непосредственного взаимодействия с ними. Активным толчком изучения потребителей через Интернет и с использованием современных информационных технологий стало развитие социальных сетей с 2006 года. В социальных сетях появилась возможность напрямую контактировать, получать информацию и воздействовать на потенциальных потребителей. Изучения потребителей через Интернет достаточно невысокий по стоимости способ взаимодействия с потребителями и этот способ позволяет контактировать именно с целевой аудиторией.

Управление отношениями с потребителями также называют маркетингом отношений, маркетинг партнерских отношений, маркетингом взаимоотношений с покупателями (клиентами), цель такого маркетинга — удержание существующих потребителей в противовес привлечению новых.

В учебной литературе концепция маркетинга отношений трактуется по-разному. Некоторые авторы, таких как Ф. Котлер, Ж-Ж. Ламбен и др., определяют маркетинг отношений как совокупность практических приемов удержания потребителей. Котлер: «маркетинг взаимоотношений — практика построения долгосрочных взаимовыгодных отношений с ключевыми партнерами, взаимодействующими на рынке: потребителями, поставщиками, дистрибьюторами в целях установления длительных привилегированных отношений [3].

Другие авторы (Грэнроос, Вебстер и др.) рассматривают маркетинг отношений как результат продолжающегося развития маркетинга, отражающего его современное состояние, как следующую ступень после концепции социально-ориентированного маркетинга. Как отмечает Фредерик Вебстер, «произошло смещение с транзакции на взаимоотношения».

Потребители становятся партнерами, и компании должны принимать на себя долгосрочные обязательства для достижения сохранения этих взаимоотношений с помощью качества, услуг и инноваций". Цайтамл и Битнер указывают, что «маркетинг отношений — это философия ведения бизнеса, стратегическая ориентация, которая фокусируется скорее на удержании и «улучшении» текущих потребителей, чем на привлечении новых».

К. Келлер дает определение маркетинга отношений как направленной на построение устойчивого бизнеса концепции и бизнес-стратегии, ядром которой является «клиентоориентированный» подход. Маркетинг отношений (англ. — relationships marketing) — это концепция управления маркетингом на основе построения долгосрочных, взаимовыгодных отношений с ключевыми партнерами организации: клиентами, поставщиками, дистрибьюторами, персоналом и др.

Таким образом, по мнению многих авторов, самым главным в маркетинге партнерских отношений является удовлетворение многочисленных потребностей немногочисленных клиентов.

Несмотря на разнообразие определений, мы считаем, что ИМИС становится краеугольным камнем построения взаимоотношений и взаимодействия с потребителями, так как данная система позволяет принимать важные маркетинговые решения, оперативно собирать и обрабатывать информацию о потребителях и эффективно осуществлять маркетинговую деятельность. Интегрированные маркетинговые информационные системы помогут эффективно получить и использовать информацию о поведении потребителей, а также помогут сделать выводы о том, как наиболее полно удовлетворять многочисленные потребности тех самых важных немногочисленных клиентов.

Список литературы:

1. Голубков Е. П. Маркетинговые исследования: теория, практика и методология. — М.: «Финпресс», 1998
2. Мхитарян С. В. МАРКЕТИНГОВАЯ ИНФОРМАЦИОННАЯ СИСТЕМА: Учебно-методический комплекс. — М.: Изд. Центр ЕАОИ. 2008.112 с.
3. Мартышев А. В. Маркетинг отношений: Учебное пособие. Владивосток. Тихоокеанский Институт Дистанционного Образования и Технологий, 2005
4. Trakia Journal of Sciences, Vol. 2, No. 4, pp 17-21, 2004 CONCEPT OF AN INTEGRATED MARKETING INFORMATION SYSTEM. Veselina Ivanova Nedeva

ВНУТРЕННИЙ МАРКЕТИНГ КАК ФИЛОСОФИЯ ФОРМИРОВАНИЯ КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОСТИ

Юшина Юлия Сергеевна

студент 2 курса магистратуры, ФГАО ВПО «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина», г. Екатеринбург

Телегина Екатерина Витальевна

студент 2 курса магистратуры ФГАО ВПО «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина», г. Екатеринбург

Котляревская Ирина Васильевна

профессор, д-р. экон. наук, ФГАО ВПО «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина», г. Екатеринбург
E-mail: klukva.87@mail.ru

В настоящее время высокая степень неопределенности окружающей среды, трансформация конкуренции с промышленной на информационную, изменение системы потребительских предпочтений повышают роль внутренних факторов в обеспечении конкурентоспособности организации.

Ключевым в этом отношении представляется формирование и развитие в организации системы внутреннего маркетинга, с помощью

которого она увеличивает свои возможности эффективно удовлетворять, а значит, и удерживать внешних потребителей, и тем самым обеспечивать себе устойчивое конкурентное преимущество на рынке.

Поскольку исследуемой проблемой является внутренний маркетинг, остановимся более подробно на раскрытии его концептуальных основ.

Следует отметить, что зарубежные специалисты давно осознали значение внутреннего маркетинга для эффективного функционирования компании. Появился интерес к данной проблематике и со стороны российских ученых, хотя отставание довольно заметно.

Рассмотрим позиции некоторых авторов по поводу определения категории «внутренний маркетинг».

Существует несколько подходов зарубежных авторов к понятию внутреннего маркетинга на предприятии [2].

Так, Л. Берри и А. Парасураман (представители североамериканской школы маркетинга услуг) говорят о том, что «внутренний маркетинг — это привлечение, развитие, мотивация и удержание квалифицированного персонала предлагаемой работой, удовлетворяющей их потребности. Внутренний маркетинг — это философия отношения к работнику как к клиенту и стратегия создания работы-продукта в соответствии с потребностями сотрудника-клиента» [2].

К. Гренроос считает, что «идея внутреннего маркетинга заключается в том, что сотрудники организации должны быть мотивированы на осмысленное обслуживание клиентов, клиентоориентированность и заинтересованность в результатах работы с помощью активного применения маркетингового подхода к внутриорганизационному рынку сотрудников» [2].

Английские ученые М. Рафик и Л. К. Ахмед определяют внутренний маркетинг как планомерные действия по преодолению сопротивления персонала изменениям, мотивация и интеграция сотрудников с целью эффективной реализации корпоративных и функциональных стратегий [2].

Принимая во внимание все существующие подходы, сущность внутреннего маркетинга можно рассмотреть в трех аспектах.

1. Внутренний маркетинг как система взаимоотношений организации с персоналом.

Основой этого подхода к внутреннему маркетингу является зависимость качества предоставляемых услуг и удовлетворения внешних клиентов от качества работы и удовлетворения сотрудников, оказывающих эти услуги [1].

Поскольку каждый сотрудник индивидуален и имеет собственное мнение и отношение к тому или иному факту, качество услуг неодинаково, непостоянно и неотделимо от людей, предоставляющих эти услуги.

Внутренний маркетинг, рассматриваемый как система отношений с контактным персоналом по поводу повышения качества предоставляемых услуг, требует решения следующих задач:

- a) сбор информации о работе персонала, в частности о его отношениях с клиентами;
- b) четкое определение потребностей внутренних клиентов;
- c) осознание и принятие персоналом идеи ориентации на клиента;
- d) обучение персонала управлению ситуациями при взаимодействии с клиентами;
- e) создание организационной культуры, способствующей клиентоориентированности;
- f) межфункциональный альянс управления персоналом и маркетинга в целях оптимизации синергетического потенциала мотивированных сотрудников, удовлетворенных внутренним продуктом-работой;
- g) создание постоянного кадрового состава с наименьшими прогулами и текучестью кадров и в лучшем случае персонала с высоким уровнем морали, инициативности и ответственности, необходимых при оказании услуг клиентам.

Решение этих задач осуществляется с помощью методов, заимствованных из внешнего маркетинга, но применяемых к участникам внутреннего рынка, например внутреннее обучение, внутренние коммуникации, внутренняя PR-политика, внутренние маркетинговые исследования, внутренняя сегментация и др.

2. Внутренний маркетинг как философия рыночной ориентации фирм.

Второй подход к внутреннему маркетингу основан на единой для всех сотрудников ориентации на рынок. Рыночная ориентация в данном случае рассматривается в двух аспектах:

- ориентация на клиента, т. е. понимание и удовлетворение сотрудниками организации потребностей клиентов;
- ориентация на конкурентов, т. е. сотрудники организации должны иметь информацию о конкурентах организации, знать их слабые стороны, использовать эту информацию для более полного удовлетворения клиентов.

3. Внутренний маркетинг как способ реализации стратегии и формирования единых ценностей организации.

Этот подход рассматривает внутренний маркетинг как способ реализации стратегии организации и формирования единых ценностей у всех сотрудников организации.

Данная точка зрения появилась в связи с тем, что при внедрении каких-либо нововведений руководство организации, как правило, сталкивается с трудностями, связанными с персоналом (непониманием, нежеланием и т. д.).

Обобщая основные подходы, можно сказать, что внутренний маркетинг — это планомерные действия по использованию маркетинговых методов внутри организации, направленных на преодоление сопротивления изменениям, мотивацию и межфункциональную интеграцию сотрудников в целях эффективной реализации стратегии удовлетворения клиентов через философию создания мотивированного и клиентоориентированного персонала.

Качество услуг неотделимо от качества поставщика услуг (от сотрудников). Одновременно сотрудники рассматриваются как потребители специфической услуги (работы), следовательно, организация должна применять маркетинговые инструменты в отношении данной услуги (работы) для удовлетворения её внутренних потребителей (сотрудников).

Таким образом, внутренний маркетинг — это применение философии и практики маркетинга к людям, обслуживающим внешних клиентов.

Рассмотрение концепции внутреннего маркетинга с различных точек зрения позволяет выделить следующие ключевые элементы внутреннего маркетинга:

- мотивированный и удовлетворенный персонал;
- клиентоориентированность и заинтересованность в продажах;
- использование маркетингового подхода к внутреннему рынку организации;
- межфункциональная интеграция.

Большинство определений внутреннего маркетинга, отличаясь в деталях, сводятся к единой мысли, заключающейся в выявлении и удовлетворении потребностей сотрудников, что является предпосылкой для удовлетворения потребностей клиентов.

Исследование внутреннего рынка дает информацию о желаниях и потребностях внутренних клиентов. Они, как правило, бывают двух уровней:

- потребности и желания, связанные с условиями работы, такими как оплата, график, должность, место расположения работы

и др. В целях удовлетворения потребностей данного уровня руководство должно направить свои усилия на планирование условий работы как предлагаемого продукта;

- потребности и желания, связанные с получением качественных услуг (информации, продуктов, данных и др.) от своих внутренних поставщиков, что, в свою очередь, влияет на способность предоставлять качественные услуги своим внутренним и конечным (внешним) потребителям [3].

Результатом внутреннего маркетинга становится взаимодействие внутренних поставщиков и потребителей, которое, наряду с системой мониторинга и поощрений, совершенствует межфункциональные связи, повышает качество внутренних услуг, уровень удовлетворенности персонала и, в конечном счете, положительно влияет на взаимодействие с внешними клиентами.

Идея выделения в составе персонала внутренних поставщиков и потребителей прослеживается практически у всех авторов, обсуждающих вопросы внутреннего маркетинга. При этом в большинстве случаев один и тот же сотрудник (группа сотрудников, отдел и т. д.) выполняет одновременно функции и внутреннего поставщика, и внутреннего потребителя.

Список литературы:

1. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс. 2-е изд./Пер. с англ. Под ред. С. Г. Божук.-СПб.: Питер, 2005.— 456 с.
2. Котляревская И. В., Романова С. А. Маркетинг: учебное пособие Екатеринбург: ГОУ ВПО УГТУ УПИ, 2006. 163 с.
3. Бест Р. Маркетинг от потребителей. — Стокгольмская школа экономики. — СПб, 2008 г. — 760 с.

СЕКЦИЯ 6.

МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА И МЕЖДУНАРОДНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОТНОШЕНИЯ

БАЗОВЫЕ МЕТОДЫ МЕЖФИРМЕННОГО ТРАНСФЕРТНОГО ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ НЕМАТЕРИАЛЬНЫХ АКТИВОВ

Кириллов Виктор Николаевич

*канд. экон. наук, доцент, Государственный Университет Управления,
г. Москва*

E-mail: kirillov44@yandex.ru

В новой экономике стоимость компаний зачастую связана не с материальными активами, а технологиями организации бизнеса, производства продукции и оказания услуг, квалификацией персонала, и другими нематериальными активами. Важность интеллектуального капитала, интеллектуальной собственности и непосредственно нематериальных активов в современных условиях сомнений не вызывает, однако трудности возникают из-за различий в трактовке этих, безусловно, близких, понятий. Рассматриваемые различия объективны: они обусловлены многозначностью самих терминов, а также происходят вследствие их универсальности.

Необходимость определения справедливой цены актива (ставки роялти) возникает в связи с переводом нематериальных активов между взаимосвязанными сторонами. Такой перевод активов может стать следствием прямой продажи нематериального актива, предоставления лицензии или иного права пользования нематериального актива, а также вклада в виде нематериального актива. В этих обстоятельствах могут и должны быть применены современные методы трансфертного ценообразования.

Российское налоговое законодательство не содержит норм, предписывающих, какую цену использовать для целей налогообложения в случаях, когда цена сделки подпадает под налоговый контроль. Налогоплательщик в принципе может реализовать товар по удобной для него цене. Налоговый кодекс РФ (далее — НК РФ) не обязывает

его использовать рыночную или какую-либо другую цену. При этом в тех случаях, когда цены товаров, работ или услуг, примененные сторонами сделки, отклоняются в сторону повышения или в сторону понижения более чем на 20 % от рыночной цены идентичных (однородных) товаров (работ или услуг), НК закрепляет право налоговых органов производить доначисление налога и пени, рассчитанных таким образом, как если бы результаты рассматриваемой сделки были оценены исходя из применения рыночных цен.

В ряде зарубежных государств действует иной порядок, в соответствии с которым законодатель обязывает налогоплательщиков составлять специальный расчет цены по сделкам, которые могут подпасть под налоговый контроль. Формулировки норм закона могут быть различными, но в основном они базируются на «принципе вытянутой руки» (*Arm's-length Principle*), который является главным принципом, используемым при определении надлежащей трансфертной цены. Согласно ему налогооблагаемая прибыль компании от совершения сделок с теми или иными активами должна соответствовать тому ее уровню, который бы имел место, если бы компания была независима от своей группы (находилась от нее на расстоянии «вытянутой руки»).

Между тем, вопрос заключается в том, как определить ту прибыль, которая была бы получена сторонами, если бы сделка совершалась между независимыми компаниями. «Принцип вытянутой руки» является довольно неопределенным критерием, так как цена сделки между независимыми лицами зависит от многих параметров, в том числе и от субъективных, таких как умение сторон вести коммерческие переговоры. Вместе с тем, для целей налогообложения необходимы точные величины. Поэтому законодательство ряда зарубежных стран закрепляет несколько относительно объективных методов исчисления справедливой трансфертной цены с целью получения искомой налогооблагаемой прибыли.

Рекомендации ОЭСР (*OECD Transfer Pricing Guidelines for Multinational Enterprises and Tax Administrators*) содержат ряд положений, регулирующих вопросы использования различных методов определения трансфертной цены. В соответствии с рассматриваемыми рекомендациями ОЭСР все методы определения трансфертной цены активам можно разделить на две группы: 1) методы, основанные на анализе сделки, и 2) методы, основанные на анализе прибыли. К методам первой группы относятся:

1. метод сопоставимой неконтролируемой цены;
2. метод цены последующей реализации;
3. затратный метод (или метод «издержки плюс»).

К методам, основанным на анализе прибыли, относятся:

1. метод распределения прибыли;
2. метод сопоставимой прибыли.

Несмотря на то, что Рекомендации ОЭСР не являются нормативным актом, многие страны используют их в качестве основы для разработок собственного налогового законодательства, посвященного трансфертному ценообразованию. Так, раздел 482 Налогового кодекса США (*US Tax Code*) предусматривает 4 метода определения трансфертной цены в связи с передачей нематериальных активов:

1. метод сопоставимых неконтролируемых сделок (*Comparable Uncontrolled Transaction, CUT*);
2. метод сопоставимой прибыли (*Comparable Profits Method, CPM*);
3. метод разделения прибыли (*Profit Split Method*);
4. другие методы, используемые налогоплательщиком при подтвержденной невозможности использования методов, указанных выше.

Законодательство зарубежных государств не предусматривает строго установленной иерархии приоритетности использования различных методов. Представляется, что такая позиция объясняется тем, что трансфертному ценообразованию присуща неопределенность в отношении выбора наиболее точного метода расчета цены. Это связано с большим многообразием фактических данных, отличающих каждую операцию с трансфертными ценами.

С целью нивелирования подобной неопределенности законодательство США закрепляет «правило лучшего метода». Лучшим методом установления трансфертной цены считается метод, который обеспечивает наиболее точное определение результата в соответствии с «принципом вытянутой руки». К числу факторов, которые при этом должны приниматься во внимание, относятся конкретные факты и обстоятельства заключения сделки, полнота и точность имеющихся данных, а также степень сопоставимости сделок, заключенных взаимосвязанными лицами, и сделок, заключенных между независимыми лицами.

Рассмотрим указанные выше методы подробнее. Метод сопоставимых неконтролируемых сделок предполагает, что вознаграждение по сделке, заключаемой между взаимосвязанными лицами, будь то продажная цена нематериального актива, размер роялти или арендной платы, должна соответствовать цене аналогичных нематериальных активов, являющихся предметом сопоставимых сделок. Указанный метод рассматривается как наиболее точный критерий стоимости

нематериальных активов в ситуации, когда сделка заключается между взаимосвязанными сторонами.

Стандарты сопоставимости в рамках данного метода связаны с характером передаваемых нематериальных активов, а также обстоятельствами, в которых совершается сделка. В соответствии с законодательством США для того, чтобы нематериальные активы могли считаться сопоставимыми, они должны относиться к одной из указанных ранее шести категорий нематериальных активов, закрепленных разделом 482 Налогового кодекса. Объект сделки и сравниваемые с ним активы должны также использоваться в одной отрасли и на том же рынке, а также обладать сопоставимым потенциалом генерации прибыли. Потенциал генерации прибыли от нематериального актива измеряется как чистая текущая стоимость экономических выгод, связанных с использованием или передачей такого актива. Текущая стоимость экономических выгод должна учитывать все капитальные вложения, первоначальные расходы, неотъемлемые факторы риска, связанные с передаваемым активом.

Вторым основанием, в рамках которого оценивается сопоставимость сделки, являются обстоятельства ее заключения. Такая оценка должна принимать во внимание следующие факторы:

1. условия передачи нематериального актива (ограничения на использование, эксклюзивные или неэксклюзивные права на использование актива и т. д.);
2. условия разработки (например, необходимость получения обязательных государственных разрешений, лицензий и т. д.);
3. права на получение и использование периодических обновлений и усовершенствований передаваемого нематериального актива;
4. уникальность передаваемого актива и ожидаемый период времени, в течение которого он будет сохранять свою уникальность;
5. срок контракта или договора о передаче нематериального актива с учетом прав на аннулирование или продление;
6. риски обязательств по экономическим или продуктовым процессам, принимаемые cedentом по сравнению с цессионарием;
7. экономические обстоятельства, определяющие сделку (географическое местоположение, размер рынков, уровень конкуренции на рынках, характер и сфера применения государственного регулирования рынка и др.);
8. степень разработанности передаваемого нематериального актива.

Последний фактор представляет собой особый интерес. Многие консультанты в сфере трансфертного ценообразования часто используют в качестве сопоставимых лицензионные соглашения на аналогичные передаваемому нематериальные активы, которые были заключены на более ранних стадиях их существования, то есть до момента, когда актив можно было считать пригодным для производства того или иного коммерческого продукта. Указанные лицензионные соглашения приводятся в качестве сопоставимых для обоснования цены сделки между взаимосвязанными сторонами, предметом которой выступал нематериальный актив, который к моменту заключения сделки уже некоторое время использовался для производства продукции. Таким образом, для налоговых органов обосновывается легитимность по факту заниженной цены нематериального актива. Подобная возможность является следствием того, что зачастую степень разработанности нематериального актива не поддается оценке и контролю со стороны проверяющих органов.

Необходимо отметить, что указанный метод не свободен от недостатков. К их числу, прежде всего, относятся возникающая в ряде случаев затрудненность доступа к необходимым данным, а также специфическое для нематериальных активов ограничение — не всегда наличествующий активный рынок. Такие условия, как, например, ставка роялти по той или иной сделке не всегда может быть получена из открытых источников, поскольку, являясь элементом ценообразования на тот или иной продукт, выпускаемый с помощью полученной технологии, указанные сведения представляют собой коммерческую тайну компании-производителя.

В соответствии с методом цены последующей реализации для определения справедливой цены актива, передаваемого по сделке между взаимозависимыми сторонами, используется цена дальнейшей перепродажи данного актива независимому покупателю, если таковая имела место. Чтобы получить расчетную цену контролируемой сделки для целей налогообложения, из цены перепродажи вычитается некоторая маржа, для определения которой используются данные по сопоставимым сделкам.

Представляется, что данный метод в отношении передачи нематериальных активов имеет весьма ограниченное применение. Уникальная природа большинства нематериальных активов, определяющая их способность генерировать экономический доход, не предполагает их дальнейшую передачу. Способность нематериальных активов создавать дополнительные конкурентные преимущества предполагает их самостоятельную разработку и использование

получающей стороной. Тем не менее, в тех случаях, где он применим, метод последующей реализации может служить надежным источником определения трансфертной цены актива. Причиной этого является гарантия доступа к необходимым данным — внутренней отчетности компании, где фиксируется сделка по последующей продаже оцениваемого актива.

Затратный метод (или метод «издержки плюс») состоит в том, что для определения справедливой цены передачи актива по сделке между взаимосвязанными сторонами используется сумма издержек продавца, включая прямые и косвенные затраты. Чтобы получить расчетную цену контролируемой сделки для целей налогообложения, к себестоимости прибавляется некоторая маржа, обычная для данной сферы деятельности.

На наш взгляд, рассматриваемый метод имеет весьма ограниченное применение в ситуации, когда речь идет о передаче нематериальных активов. Затратный метод в случае с нематериальными активами менее всего отражает стоимость актива. Затраты, цена и стоимость являются неидентичными понятиями. Затраты и цена представляют собой исторические факты, при этом цена является продуктом конкретных обстоятельств заключения сделки, в том числе искусства сторон вести переговоры. Именно в категории нематериальных активов разрыв между затратами на создание объекта и его справедливой стоимостью может быть колоссальным. Зачастую создание ценных нематериальных активов может являться следствием случая либо рутинного течения бизнес-процесса, (например, в случае с техниками ноу-хау). В иных случаях подтвержденные расходы на создание нематериального актива не идут ни в какое сравнение с рыночным потенциалом созданного актива. Сказанное верно, в частности, для торговых марок. Основным видом затрат при создании торговой марки являются расходы на рекламу, однако в случае успешной компании торговая марка приобретает способность генерировать доход несоизмеримо превышающий расходы на ее продвижение. На наш взгляд, стоимость нематериального актива должна определяться его потенциалом к генерации прибыли. Основной целью регулирования вопросов трансфертного ценообразования является определение для целей налогообложения справедливого размера прибыли, получаемой компанией в результате проведения той или иной сделки. Представляется, что затратный метод менее всего способствует достижению указанной цели. Представляется, что закрепление методов последующей реализации и «издержки плюс» Рекомендациями ОЭСР скорее относится к определению трансфертной цены на материальные

активы. Очевидно ограниченный характер применения указанных методов по отношению к нематериальным активам находит свое подтверждение также и в том факте, что Налоговый кодекс США не указывает данные методы в качестве применимых к сделкам с нематериальными активами.

Рассмотренные выше методы являются базовыми. Однако законодательство ряда стран-членов ОЭСР не исключает возможности использования альтернативных методов, основанных на анализе прибыли. В ряде случаев действует оговорка, разрешающая прибегать к этим методам, если применение стандартных методов не дает нужных результатов.

Проведенный анализ показал, что трансфертное ценообразование на нематериальные активы является одним из наиболее трудных с точки зрения государственного контроля сегментов деятельности международных компаний. Представляется, что применяемые сегодня методики определения справедливой трансфертной цены не всегда позволяют достичь указанной цели.

Список литературы:

1. Бурцева А. М. Методы трансфертного ценообразования: международный опыт. Российский налоговый курьер, 2004 № 1—2.
2. Непесов К. А. Налоговые аспекты трансфертного ценообразования: сравнительный анализ опыта России и зарубежных стран. М., Волтерс Клувер, 2007.
3. Garger J. Market Value versus Book Value: Tangible and Intangible Assets. Article, 2008.

СЕКЦИЯ 7.

ПРОБЛЕМЫ МАКРОЭКОНОМИКИ

СУЩНОСТЬ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ КАТЕГОРИИ «ИННОВАЦИЯ»

Дуйсембаева Кулпаш Таласбаевна

*ст. преподаватель кафедры основы права и экономики, Актюбинский
государственный педагогический институт, г. Актюбе,*

Республика Казахстан

E-mail: Kulpash.56@mail.ru

В современной рыночной экономике основой динамичного развития любой экономической системы выступают инновации, развитие человеческого капитала (здравоохранение, образование, наука); институты. Особенно значение инновации сильно возросло. Это связано с тем, что инновации являются основным источником экономического роста и важнейшим фактором конкурентоспособности предприятий, регионов и национальных экономик. Лауреат Нобелевской премии Р. Солоу убедительно показал, что именно технический прогресс, реализуемый в технологических инновациях является основным источником экономического роста.

Значение термина «инновация» в переводе с английского «innovation» означает — развивающийся комплексный процесс создания, распространения и использования новшества, которое способствует развитию и повышению эффективности работы предпринимательских фирм [4, с. 5]

Адам Смит в своей монографии «The Wealth of Nations», изданной в 1776 году, утверждал, что организационным механизмом капитализма служит не только рыночная система (соотношение спроса и предложения), но и конкуренция, которая заставляет не просто удовлетворять все возрастающие потребности посредством понижения цен и улучшения качества, но и делать это наиболее эффективным способом с помощью перехода на новые технологии, т. е. при помощи инноваций [5, с. 671].

Ученые Б. А. Райзберг и Л. Ш. Лозовский, определяя инновацию как нововведение в области техники, технологии, организации труда и управления, основанные на использовании достижений науки и передового опыта, а так же использование этих новшеств в самых разных областях и сферах деятельности. [7, с. 15].

Ф. Котлер определяет инновацию как идею, товар или технологию, запущенные в массовое производство и представленные на рынке, которые потребитель воспринимает как совершенно новые или обладающие некоторыми уникальными свойствами [3, с. 589].

Основоположителем теории инноваций считается Йозеф Шумпетер. Он трактует инновацию как новую научно-организационную комбинацию производственных факторов, мотивированную предпринимательским духом.

Й. Шумпетер сконцентрировал свое внимание на экономических инновациях и высоко оценил роль предпринимателя — новатора в экономическом прогрессе. Шумпетер считает предпринимателями не только «самостоятельных» хозяйствующих субъектов рыночной экономики, но и всех тех, кто реально выполняет основополагающую функцию — комбинирование факторов производства. Предпринимателями он считает и тех, кто не имеет длительных связей с индивидуальным предприятием и использует таковые только для проведения новых комбинаций. По мнению Шумпетера, предприниматели представляют собой особый тип людей, и их деятельность является специфической проблемой, так как они выполняют функции создания чего-то нового, а сделать что-то новое объективное труднее, чем производить привычное и испытанное.

По его мнению, роль предпринимателей заключается в том, чтобы реформировать или революционизировать производство, используя изобретения для выпуска новых товаров или производства старых более новым способом, открывая новые источники сырья и материалов или новые рынки, реорганизуя отрасль и т. д. Содержанием предпринимательской деятельности является осуществление «новых комбинаций факторов» производства и разнообразных нововведений [6, с. 43].

Значительный вклад в развитие теории инновационного пути развития экономики внес Н. Д. Кондратьев, излагая учение о больших циклах конъюнктуры примерно полувековой длительности, обосновывал закономерную связь «повышательных» и «понижательных» волн этих циклов с волнами технических изобретений и их практического использования. Главную роль в изменениях экономической жизни общества Н. Д. Кондратьев отводил научно-техническим новациям [2].

Немецкий ученый Г. Менш исследуя динамику инновации, обнаружил циклы их колебаний с периодом 50—60 лет и пики концентрации, приходящиеся на начало повышательной фазы больших циклов Кондратьева. Он показал эмпирическим путем, что волны базисных инноваций в последние столетия наблюдаются примерно раз в полвека при переходе к очередному Кондратьевскому технологическому укладу. В каждом случае кластер базисных инновационных технологий лежал в основе формирования новых отраслей, обеспечивающих ускорение экономического роста.

Японский исследователь М. Хирооки проанализировав огромный объем фактических данных по группе развитых стран, убедительно показал, что распространение кластера базисных технологий синхронизируется с повышательной фазой цикла Кондратьева и достигает зрелости в области его пика. Он также показал, что идея Кондратьева не только сохраняют свою силу в XXI веке, но и приобретают в современных условиях особую значимость [1, с. 16].

Таким образом, инновации представляют собой мощный антикризисный фактор, так как использование новых технологий, новых методов организации управления и производства ведет к снижению производственных затрат, к снижению цен, увеличению размера прибылей, к стимулированию новых потребностей, к росту репутации (имиджа) компании и к завоеванию новых рынков сбыта.

Список литературы:

1. Акаев А. А., Ануфриев И. Е., Попов Г. Н. Технологическая модернизация промышленности и инновационное развитие — ключ к экономическому возрождению России в XXI веке. *Инновации*. № 11 (145), 2010. С. 16—17.
2. Кондратьев Н. Д. Большие циклы конъюнктуры и теория предвиденья. М. Экономика. 2002.
3. Котлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Д., Вонг В. Основы маркетинга. Пер с англ. 2-е Европ. М.; Издательский дом «Вильямс». 2000. С. 589
4. Сактаганова Г. С. Сущность и содержание инноваций и инновационных процессов. *Ж. Транзитная экономика*. № 1, 2010.
5. Тодаро М. П. Экономическое развитие. Пер. с англ. под ред. С. М. Яковлева, Л. З. Зенина. М.: ЮНИТИ, 1997. С. 671.
6. Шумпетер И. Теория экономического развития. М., Прогресс, 1982. С. 43.
7. Яковец Ю. В. «Эпохальные инновации 21 века». Изд. «Экономика». М — 2004. С. 15.

СЕКЦИЯ 8.

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

МЕТОДЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

Гаврилюк Сергей Алексеевич

аспирант, Санкт-Петербургский государственный инженерно-экономический университет (ИЖЭКОН), г. Санкт-Петербург

E-mail: faeton20006@yahoo.com

Угроза очередного мирового экономического кризиса актуальна на сегодняшний день. Так или иначе, российская экономика будет подвержена серьезному влиянию экономического кризиса, поэтому руководству любому предприятию необходим перечень мер и методов антикризисного менеджмента для реагирования на возникающие кризисные ситуации в компаниях, так или иначе связанных с кризисом. Особую роль в антикризисном управлении играет умение грамотно планировать представляющее сочетание стратегических и тактических элементов. В данной статье выделены основные методы стратегического планирования в кризисный период.

Стратегическое планирование — система управления предприятием, основанная на механизме согласования текущих решений — тактических и оперативных — со стратегическими, а также механизмом корректировки и контроля за реализацией стратегии [2]. Процесс выбора целей организации и путей их достижения. Стратегическое планирование обеспечивает основу для всех управленческих решений.

Главная цель проведения стратегического планирования на предприятии состоит в том, чтобы собрать и провести анализ информации о конечных или промежуточных результатах, определить произошедшие изменения и современное состояние на предприятии, оценить выгоды и затраты, установить области будущего совершенствования и развития деятельности предприятия, а затем использовать эти данные для решения следующих задач [3]:

Таблица 1.

Цели стратегического планирования.

Цели	Характеристика
Распределение ресурсов	Данный процесс включает в себя распределение ограниченных организационных ресурсов, таких как фонды, дефицитные управленческие таланты и технологический опыт.
Адаптация к внешней среде	Адаптацию следует интерпретировать в широком смысле слова. Она охватывает все действия стратегического характера, которые улучшают отношения компании с ее окружением. Компаниям необходимо адаптироваться к внешним как благоприятным возможностям, так и опасностям, выявить соответствующие варианты и обеспечить эффективное приспособление стратегии к окружающим условиям. Стратегическое планирование преуспевающих компаний имеет дело с созданием новых благоприятных возможностей посредством разработки более совершенных производственных систем, путем взаимодействия с правительством и обществом в целом и т.д.
Внутренняя координация	Она включает координацию стратегической деятельности для отображения сильных и слабых сторон фирмы с целью достижения эффективной интеграции внутренних операций. Обеспечение эффективных внутренних операций в организациях, больших или малых, является неотъемлемой частью управленческой деятельности.
Осознание организационных стратегий	Эта деятельность предусматривает осуществление систематического развития мышления менеджеров путем формирования организации, которая может учиться на прошлых стратегических решениях. Способность учиться на опыте дает возможность организации правильно скорректировать свое стратегическое направление и повысить профессионализм в области стратегического управления. Роль руководителя высшего звена заключается в большем, чем простое инициирование процесса стратегического планирования, она также связана с осуществлением, объединением и оценкой этого процесса.

Анализ внешней среды представляет собой процесс, посредством которого разработчики стратегического плана контролируют внешние по отношению к предприятию факторы, чтобы определить возможности и угрозы для фирмы. Анализ внешней среды помогает получить важные результаты. Он дает организации время для прогнозирования возможностей, время для составления плана на случай возможных угроз и время на разработку стратегий, которые могут превратить прежние угрозы в любые выгодные возможности.

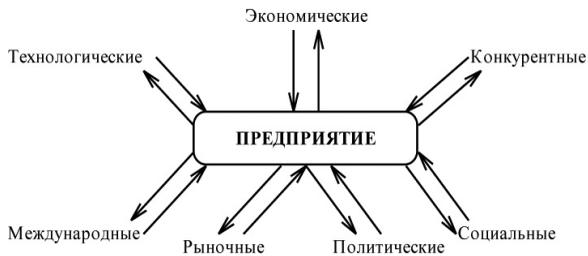


Рисунок 1. Угрозы и возможности, с которыми сталкивается предприятие, обычно можно выделить в семь областей.

Анализ макроокружения включает изучение влияния экономики, правового регулирования и управления, политических процессов, природной среды и ресурсов, социальной и культурной составляющих общества, научно-технического и технологического развития общества, инфраструктуры и т. п. Непосредственное окружение анализируется по следующим основным компонентам: покупатели, поставщики, конкуренты, рынок рабочей силы.

Анализ внутренней среды вскрывает те возможности, тот потенциал, на который может рассчитывать фирма в конкурентной борьбе в процессе достижения своих целей. Анализ внутренней среды позволяет также лучше уяснить цели организации, более верно сформулировать миссию, т. е. определить смысл и направления деятельности фирмы. Внутренняя среда анализируется по следующим направлениям [1]:

- кадры фирмы, их потенциал, квалификация, интересы и т. п.;
- организация управления;
- производство, включающее организационные, операционные и технико-технологические характеристики и научные исследования и разработки;
- финансы фирмы;
- маркетинг;
- организационная культура.

На сегодняшний день большинство руководителей компании рассматривают стратегическое планирование как важнейший инструмент управления компанией в кризисные времена. Причем стратегическое планирование должно быть не только оперативным, но и среднесрочным. Однако понятие среднесрочности в кризисные времена меняется. В ситуации кризиса изменяется роль годового плана в управлении компанией. Прежде все, план становится не столько набором финансовых показателей, сколько указанием к действию в зависимости от реализации

различных факторов риска. В условиях кризиса необходимо задавать направление развития и обозначать приоритеты компании, оставляя при этом свободу в плане конкретной трактовки. Это позволит при стратегическом планировании сохранить единое направление движения, оставив возможность выбора путей, по которым компания будет развиваться. В условиях кризиса возрастает значимость координирующей функции стратегического планирования, обеспечивающей согласованность антикризисных действий всех подразделений компании.

Стратегическое планирование должно позволить принимать оперативные решения в ответ на текущие изменения внешней среды. Руководству компании максимальное внимание следует уделять эффективному обмену информацией между подразделением и обеспечению обратной связи на все уровни управления. Ключевыми особенностями подхода к стратегическому планированию в кризисный период являются снижение детализации, повышение гибкости и оперативности. Детальность проработки среднесрочного плана может быть снижена до индикативного планирования. План должен обеспечивать ровно ту степень детализации, которая позволяет менеджменту управлять предприятием. В условиях кризиса в рамках стратегического планирования часто используется такой инструмент как скользящее планирование. Скользящий план разрабатывается на три месяца и пересматривается примерно 2—3 раза в месяц. Важно помнить, что при значительной вариативности и гибкости среднесрочных и оперативных планов, стратегические планы компании должны меняться только в особых случаях. Это значит, что при неизменности стратегических целей и миссии оперативные планы должны полностью соответствовать реалиям окружения бизнеса.

Выделяют 3 подхода к стратегическому планированию в условиях кризиса:

Таблица 2.

Подходы стратегического планирования в условиях кризиса.

Подход	Характеристика
От «прожиточного минимума»	Активно используется компаниями из наиболее пострадавших от кризиса отраслей или компаниями из относительно благополучных отраслей, вошедших в кризис со значительной долговой нагрузкой. При данном подходе ключевой задачей является поддержание ликвидности компании.
От сценариев развития внешней среды	Критически значим для компаний, бизнес которых существенно зависит от динамики макроэкономических показателей и решений властей. Прежде всего, это относится к импортерам и экспортерам, компаниям-монополистам. Стратегическое планирование разрабатывается на основании анализа рынка, прогнозов экономической ситуации, решений правительства по отраслям. Ключевыми показателями, от которых отталкиваются при планировании, становятся такие показатели как курс доллара, цена на нефть, инвестиционная программа Газпрома и т.д.
От целевых показателей	Характерно для компаний, влияние кризиса на бизнес которых незначительно. Как правило, при планировании отталкиваются от тех же показателей, что и в докризисный период.

Безусловно, ключевым инструментом стратегического планирования в условиях высокой неопределенности является сценарное планирование. Существует 5 основных этапов сценарного планирования в компании:

Таблица 3.

Этапы сценарного планирования на предприятии.

Этапы	Характеристика
1. Определение ключевых факторов внешней среды, влияющих на компанию	Очень важно подходить индивидуально к вопросу выделения влияющих факторов для каждой конкретной компании. Не стоит увлекаться чрезмерным анализом и прогнозированием внешних макроэкономических факторов, которые, с одной стороны, могут быть не столь уж значимыми для компании, а с другой стороны, часто не могут быть точно спрогнозированы даже специализированными экспертными структурами. Количество реально влияющих факторов может быть небольшим.
2. Формулирование сценариев на качественном уровне	При сценарном прогнозировании очень важно сформулировать качественно разные варианты развития событий. Часто компании ограничиваются составлением пессимистичных, реалистичных и оптимистичных сценариев, что неправильно, т.к. по сути является математическими вариациями одного и того же сценария. Кроме этого составить адекватные количественные

	прогнозы часто слишком сложно, тогда как определить основные возможные тенденции и направления развития более реалистично. Характерной особенностью текущего кризиса является преимущественно пессимистичные прогнозы бизнеса. Часто это оправдано. Однако часто проявляются ситуации, когда позитивные возможности и небанальные антикризисные идеи даже не пытаются искать.
3. Оцифровка сценариев	Прогноз развития факторов и прогноз развития рынков. Построение математических моделей прогнозирования, укрупненная оцифровка сценариев нужна, т.к. позволяет перейти к разработке планов компании, которые всегда в «цифре».
4. Определение рисков и возможностей для компании в каждом сценарии.	На этом этапе закладываются основные предпосылки для формулирования ответных мер.
5. Выявление критических событий и определение контрольных точек развития сценариев.	На этом этапе определяются показатели двух видов: 1) События внешней среды, наступление которых будет являться индикатором смены сценариев. 2) Показатели, по которым регулярно отслеживается развитие сценариев. Например, строится два набора контрольных цифр: для базового варианта («дно» в отрасли достигнуто) и очень жесткого варианта. Второй вариант (вариант «ж») прорабатывается в разрезе мероприятий параллельно с созданием бюджетов базового варианта. Предполагается, что при ухудшении внешнего окружения компания синхронно переходит на вариант «ж» и каждый руководитель держит в голове набор необходимых мероприятий, чтобы совершить этот переход.

Мировая практика показывает, что стратегическое планирование в условиях кризиса предполагает планирование еще задолго до кризисных ситуаций на предприятии. Отсутствие такой методик и подобного плана, разработанного «до того как», отвлекает ресурсы на планирование «во время того как» и заставляет компанию юлить, обманывать сотрудников, общество, инвесторов на рынке, извиваться в судорожных попытках вернуться в стабильное состояние.

Список литературы:

1. Антикризисное управление — Учебник — Короткова Э. М. — 2003 — с. 160—166.
2. Построение системы управления персоналом в условиях длительного кризиса, Журнал «Управление персоналом» №23 2008 год.
3. ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ И ОПЕРАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ Конспект лекций Сухарев Н. О. Пенза, 2002. — с. 15—16

МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

Гаврилюк Сергей Алексеевич

*аспирант, Санкт-Петербургский государственный инженерно-экономический университет (ИЖЭКОН), г. Санкт-Петербург
E-mail: faeton20006@yahoo.com*

Угроза очередного мирового экономического кризиса актуальна на сегодняшний день. Так или иначе, российская экономика будет подвержена серьезному влиянию экономического кризиса, поэтому руководству любому предприятию необходим перечень мер и методов антикризисного менеджмента для реагирования на возникающие кризисные ситуации в компаниях, так или иначе связанных с кризисом. Особую роль в антикризисном управлении играет умение управлять персоналом предприятия в этот период. В данной статье выделены основные методы управления персоналом в кризисный период.

Управление человеческими ресурсами — это стратегия и согласованный подход к управлению наиболее ценными активами предприятия — людьми, работающими на предприятие с их индивидуальным или коллективным вкладом в достижении целей организации [1]. Термины «управление человеческими ресурсами» и «человеческие ресурсы» в широком смысле заменяют термин «человеческий менеджмент» в качестве описания процессов управления персоналом на предприятии.

Под управлением трудовыми ресурсами понимают всю совокупность организационных мероприятий, направленных на оптимальное формирование персонала (трудового коллектива) и полное использование его возможностей и способностей в производственном процессе. Это управление представляет многоэтапный процесс, включающий следующие управленческие действия [2]:

- планирование необходимых трудовых ресурсов для достижения целей предприятия;
- набор персонала и создание резерва персональных кандидатов;
- отбор лучших кандидатов на замещение рабочих мест из созданного в процессе набора резерва;
- определение заработной платы и льгот, отражающих положение на рынке труда и возможности предприятия, а также его заинтересованность в приеме на работу конкретных кандидатов на замещение вакантных рабочих мест;

- профессиональная ориентация и адаптация вновь нанятого персонала;
- обучение персонала трудовым навыкам и повышение его квалификации для эффективного выполнения работы;
- оценка трудовой деятельности персонала;
- перемещение кадров, в том числе повышение и понижение в должности, перевод на другую работу и увольнение;
- подготовка руководящих кадров для управления предприятием на всех уровнях организационной и производственной иерархии.

В целом управление трудовыми ресурсами включает следующие направления работ [5]: формирование и развитие трудовых ресурсов, а также стимулирование и повышение качества трудовой жизни персонала. Планирование ресурсов, необходимых для реализации целей предприятия, осуществляется путем применения определенных процедур реализации этого процесса для укомплектования утвержденных штатов персонала. Оценка наличных ресурсов является основой организации работ по управлению персоналом. В процессе оценки руководство должно определить фактическое наличие персонала, его достаточность и качество для достижения целей предприятия. Результаты такой оценки позволяют обеспечить прогнозирование будущих потребностей, которое производится отдельно для краткосрочных и перспективных целей (планов) предприятия. Особое внимание должно быть обращено на выявление категорий персонала, потребность в которых должна возрасти при ограниченном предложении на рынке труда. Прогнозируется также общая потребность в персонале с дифференциацией работников по определенным специальностям. Для качественного формирования трудовых ресурсов руководство, должно знать в деталях задачи конкретной работы и ее характеристики, определяющие требования к конкретному персоналу для организации (замещения) рабочих мест.

Топ-менеджеры и менеджеры средней линии, ответственные за человеческие ресурсы компании, безусловно, сталкиваются с проблемами в управлении персоналом в течение кризисных ситуаций на предприятии и экономических спадов. Персонал является самым ценным капиталом компании, и одновременно является самой большой статьей ее расходов, но не только в виде финансовых оценок, а также с точки зрения производительности, рисков и репутации. Сокращение расходов на человеческие ресурсы в большинстве случаев неверно воспринимается как сокращение численности персонала. Но в мировой практике существует множество других доступных способов

сокращения расходов на персонал, которые позволяют компаниям повысить уровень HR менеджмента в условиях кризиса. «Основной целью этого раздела будет являться показать все возможности как, в условиях кризиса предприятия должны корректировать свои стратегии управления персоналом, применяя более гибкие меры управления, тем самым избегая повышенных рисков снижения уровня производства на предприятии» [6].

Во время экономического кризиса компании вынуждены снижать операционные расходы, в том числе и на персонал предприятия. Снижение затрат на человеческие ресурсы предполагает сокращение расходов на заработную плату, учебные курсы, пособия, страхование и других статей расходов. Традиционный способ сокращения издержек — увольнение персонала, однако применение этой практики ведет к нежелательным последствиям в виде [3]:

- потери активов компании в течение кризиса
- возможного нанесения серьезного урона корпоративной культуре предприятия
- ухудшения структурных коммуникаций
- может нанести непоправимый урон репутации компании (в особенности, если речь идет о крупных, градообразующих компаниях)
- создание напряженной рабочей атмосферы на предприятии.

Многие компании постоянно ищут альтернативные методы снижения затрат на человеческие ресурсы, прежде чем перейти к увольнениям [4]:

Таблица 1.

Методы снижения затрат на человеческие ресурсы.

Альтернативные методы	Характеристика
Приостановление действия трудового договора	Временные работники, работники занятые неполный рабочий день, студенты-стажеры и субдоговорные работники попадают под сокращение, для сохранности рабочих мест постоянных штатных работников. В специфике стратегическое применение этой политики, для обеспечения гарантии занятости всего рабочего дня штатных работников называется «подходом кольцевой защиты рабочей безопасности». Согласно этому подходу, уровень увольнения штатных работников, работающих весь день, намеренно удерживают на низком уровне. В случае же повторного увеличения спроса на рабочую силу, заново восполнит персонал временными работниками или фрилансерами. Преимущество данного подхода заключается в том, что он гарантирует некоторую стабильность и безопасность, по крайней мере, для штатных работников.

Замораживание заработной платы	Как один из способов снижения затрат, когда менеджеры могут принудительно заморозить выплаты персоналу в течение которых уровень окладов и заработной платы не возрастают. Замораживание выплат должно выполняться повсеместно, эта политика может быть аргументирована сокращением оплаты за сверхурочную работу и также просьбой работников использовать их отпуска и отгульные дни. К сожалению, данный способ может вынудить наиболее ценные кадры предприятия покинуть компанию, так как они могут ощущать свой застой в карьерной лестнице.
Сокращение рабочих часов	Предполагает снижение количества рабочих часов и, следовательно, количество часов, за которые предприятие должна платить своим сотрудникам. Рабочие получают возможность получить добровольные, неоплачиваемые отпуска или их могут перевести на неполную рабочую неделю. В некоторых случаях, все сотрудники готовы сократить количество своих рабочих часов в качестве крайней меры, чтобы сохранить рабочие места.
Разделение работы	Предприятие всегда может использовать разделение работы, когда это возможно, чтобы перераспределить одну рабочую функцию на две рабочие функции, но на неполный рабочий день. Основная проблема этого метода заключается в том, чтобы найти двух сотрудников, готовых поделить свое рабочее время и заработную плату. В крайнем случае, в качестве последнего средства, высокооплачиваемые сотрудники могут быть понижены на низкооплачиваемую работу.
Сокращение программ формирования кадров через их стажировку на предприятии	Во время кризиса компании стремятся не рекрутировать новый персонал через его стажировку на предприятии. По причине того, что стажирующиеся на предприятии молодые специалисты в большинстве случаев являются свободным персоналом, не привязанным к конкретному предприятию, и не разделяющим его трудности. К тому же предприятиям важнее в кризисные ситуации сохранить более опытный персонал, чем нести дополнительные расходы на программы стажировки.
Расширение должностных обязательств сотрудников	Компания может гарантировать своим сотрудникам сохранение рабочих мест, если сотрудники будут готовы работать сверхурочно и выполнять новые рабочие обязанности при необходимости.

Аутсорсинг и Офшоринг	Одни из наиболее эффективных способов снизить затраты на персонал. В первую очередь, потому что предприятие может избавиться от расходов связанных с набором и управлением персонала, и оно может использовать выгоды от снижения налоговых выплат, производя продукцию в развивающихся странах. Аутсорсинг может принести выгоду предприятию с поиском сотрудника, который будет более квалифицирован для более сложных задач (вместо двух рабочих для различных задач, предприятие может иметь одного сотрудника для выполнения двух видов работ). Основными проблемами метода являются ошибки при выборе локации новых производственных площадок, проблемы связанные с переносом производства. При использовании аутсорсинга, предприятие может иметь сложность с адаптацией новых «заемных» сотрудников.
Сокращение расходов на обучение персонала	Предприятие может прибегнуть к практике сокращения программ обучения персонала. Также сократить количество персонала, задействованного в этих программах или более эффективно распределить их рабочие часы. Однако такие меры в долгосрочной перспективе могут нанести вред предприятию.
Карьерные перерывы	Вместо увольнения, предприятие может предложить работнику возможность получить некоторый перерыв в работе, чтобы использовать его в личных целях (продолжить обучение, к примеру). С дальнейшей гарантией восстановления в будущем.

Список литературы:

1. Винокуров В. Организация стратегического управления на предприятии. М., Центр экономики и маркетинга, 1996. 234 с.
2. Градов А. Н. Экономическая стратегия фирмы. С-Петербург, Спецлитература, 1995. 87 с.
3. Гончаров В. И. Менеджмент: Учебное пособие, — Мн.: Мисанта, 2003. — 624 с.
4. Маслов Е. В. Управление персоналом предприятия, — М.: ЮНИТИ, 2005.
5. Планирование в условиях кризиса Дмитрий Сироткин, Инна Зинина, ИКФ «АЛЬТ» Сокращенный вариант — Финансовый директор, № 3, 2009 http://www.altrc.ru/?p=libr_card&item_id=863&group_id=6
6. "A handbook of human resource management practice" Michael Armstrong London ; Philadelphia : Kogan Page, 2006.

СЕКЦИЯ 9.

ТЕОРИЯ СОВРЕМЕННОГО МЕНЕДЖМЕНТА

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ СОВРЕМЕННОГО МЕНЕДЖМЕНТА В УПРАВЛЕНИИ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Евсеева Анна Анатольевна

канд. экон. наук, доцент СГТУ, г. Саратов

Красникова Дарья Андреевна

канд. экон. наук, доцент СГТУ, г. Саратов

Кокушкин Арсений Борисович

канд. техн. наук, доцент СГТУ, г. Саратов

E-mail: dasha747@yandex.ru

Важное значение эффективного применения менеджмента, состоит в том, что от качества его выполнения зависит поведение организации на рынке, которое влияет на состояние всех рыночных отношений, складывающихся в государстве. В связи с этим, необходимо четкое понимание актуальности грамотного применения менеджмента в управлении организацией. Именно от этого зависят не только конкретные результаты деятельности организации на рынке, но и состояние всей экономики государства. Актуальность данного подхода определяется тем, что менеджмент каждой организации фактически оказывает определенное влияние на общеэкономические процессы, происходящие на национальном рынке государства, с менеджментом принято связывать большинство важнейших мировых достижений в области экономики, социального прогресса. По мнению П. Друкера, около 80 % успешных результатов деловых предприятий обеспечивается за счет качественного, высокопрофессионального менеджмента [3, с. 72]. В связи с этим необходимо внедрение в отечественную практику последних достижений в данной области, адаптация их применительно к России, а также интеграция с зарубежным менеджментом. В настоящее время в России еще не объединены все

сферы приложения менеджмента, не определены основные направления развития интегрированной теории современного менеджмента.

В связи с этим особое значение приобретает грамотное использование менеджмента в современной фирме. В настоящее время ключевой задачей эффективного менеджмента является формирование, внедрение и использование комплексной системы управления результатами с учетом прогнозируемых и текущих изменений во внутренней среде, а также воздействий со стороны внешних изменений. Данная система должна в первую очередь обеспечивать качественное и своевременное принятие оперативных и обоснованных управленческих решений, направленных на решение наиболее актуальных задач управления любой организации.

Для того чтобы обеспечить эффективное функционирование предприятия, на нем должна быть сформирована сильная команда, способная поддерживать его высокий профессиональный авторитет. Стратегия функционирования и развития любого предприятия невозможна без обращения к персоналу. С этой позиции одной из ключевых проблем являются подготовка и переподготовка работников руководящего звена, в соответствие с современными международными образовательными стандартами и требованиями рынка.

Современный менеджмент — это специфический инструмент управления предприятиями в условиях рыночных отношений для производства ими результата, выражающегося, как правило, в получении максимально возможной прибыли и достижении высокого уровня рентабельности. Осуществление данной задачи требует расширить сферу ответственности менеджера, поскольку только стопроцентная ответственность является залогом успешной деятельности и достижения результатов. В сферу ответственности входят все факторы, которые влияют на деятельность предприятия. Человеческий фактор в данном случае является ключевым в обеспечении успешного достижения результатов.

Современная школа менеджмента строится на принципах соединения теории социального управления с решением конкретных задач, возникающих на микро- и макроуровне. В общем виде менеджмент можно определить как совокупность методов, принципов, средств и форм управления хозяйственными организациями в целях повышения эффективности их работы. Управление — это воздействие управляющей системы (субъекта управления) на управляемую систему (объект управления) с целью перевода управляемой системы в требуемое состояние [1, с. 20]. Можно считать, что менеджер выступает как субъекта управления. К менеджменту также имеют отношение

теория управления и практические образцы эффективного руководства, под которыми понимается «искусство управления». Именно в связи с этим, менеджмент — это самостоятельный вид профессиональной деятельности, направленный на достижение в ходе любой хозяйственной деятельности фирмы, действующей в рыночных условиях, определенных намеченных целей путем рационального использования материальных и трудовых ресурсов с применением принципов, функций и методов экономического механизма менеджмента [4, с. 111].

Важное значение приобретает вопрос обеспечения стабильности функционирования предприятий при применении эффективного менеджмента. Стабильность — это способность предприятия, выступать в качестве системы, которая константно функционирует под влиянием внешних факторов (таких, как экономический или социальный кризисы, конфликты и т.д.). Менеджмент компании в данном случае должен быть очень мобильным для того, чтобы была возможность реагировать на любые внешние изменения, несмотря на сложность системы управления. Система управления должна быть разработана в соответствии с условиями развития внутренней структуры компании и адаптации их к внешним условиям, с целью удовлетворения оригинальных, уникальных и скрытых потребностей потребителей. Поскольку внешняя среда оказывает существенное влияние на структуру и внутреннюю деятельность организации, то адаптация в общем случае предполагает рост активности организации в направлении совершенствования своей внутренней среды, что, в свою очередь, обеспечивает достижение баланса между организацией и ее внешней средой [2, с. 36].

Основные проблемы в области менеджмента, с которыми большинство организаций сталкивается сегодня, можно объединить в четыре основные группы [4, с. 278]:

- a) высокая стоимость управления;
- b) низкая скорость принятия управленческих решений;
- c) неудовлетворительное качество принятых управленческих решений;
- d) консервативность высшего руководящего состава, мешающая инновационному развитию.

Таким образом, необходимо регулярно и своевременно проводить переквалификацию сотрудников предприятия. Квалифицированное управление означает осуществление управления на основе знаний, полученных не только в учебном заведении при выборе будущей профессии (специальности), но и тех, которые были приобретены менеджером позже, в результате практического опыта. Профессиональное управление предполагает наличие определенной квалифика-

ции, которая складывается из опыта управления, определяемого стажем практической работы в качестве управленца. Компетентность руководителя определяется его способностью принимать адекватные проблеме управленческие решения и организовывать их реализацию. Принятие и реализация управленческих решений составляет суть управленческой деятельности [3, с. 79]. Поэтому сущность менеджмента состоит в соединении профессиональных знаний менеджера с его профессиональными управленческими действиями, которые должны дополнять друг друга и развиваться.

В результате проведенного анализа можно сделать следующий вывод: сильный менеджмент — стабильность и надежность экономики предприятия. Подготовка сильных менеджеров, владеющих современными технологиями и методами управления, является в настоящее время основной задачей российских вузов, которые должны учитывать требования работодателей и потребности социально-экономических систем в целом. Критерием эффективности применения менеджмента в настоящее время будет успешное преодоление финансовых проблем, возникших сегодня во всем мире.

Список литературы:

1. Большаков А. С., Михайлов В. И. Современный менеджмент: теория и практика. СПб.: Питер, 2000. — 200.
2. Бык Л. Ф., Китушин В. Г. Концептуальная модель развития и задачи менеджмента//Менеджмент в России и за рубежом. № 6. 2008. С. 34—38.
3. П. Задачи менеджмента в XXI веке / Challenge management in 21 century. М.: «Вильямс», 2007. — 272 с.
4. Муллахметов Х. Ш. Современные подходы и концепции в практике управления предприятием//Менеджмент в России и за рубежом. № 6. 2011. С. 76—80.
5. Никулин Л. Ф., Сидоров М. Н., Бусалов Д. Ю. Эkleктичная мозаика менеджмента. Самара: Учебная литература, 2009. — 402 с.

СЕКЦИЯ 10.

ТЕОРИЯ УПРАВЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИМИ СИСТЕМАМИ

ПРИМЕНЕНИЕ МАТЕМАТИЧЕСКИХ МЕТОДОВ ПРИ АНАЛИЗЕ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ.

Тен Юлия Мироновна

студент 4 курса, кафедра информационных систем в экономике

ВолгГТУ, г. Волгоград

E-mail: tenlia@yandex.ru

Декатов Дмитрий Евгеньевич

канд. техн. наук, доцент кафедры ИСЭ ВолгГТУ, г. Волгоград

Финансовое состояние предприятия является одним из базовых факторов принятия управленческих решений. Этим объясняется важность проведения качественного анализа состояния предприятия.

Анализ финансового состояния предприятия — это процесс исследования финансовой ситуации на предприятии и основных результатов его финансовой деятельности с целью выявления резервов улучшения этой ситуации.

Основной целью анализа финансового состояния предприятия является получение объективной оценки ее платежеспособности, финансовой устойчивости, деловой активности, эффективности деятельности, выработка рекомендаций по совершенствованию финансовой деятельности [2, с. 492].

В современной экономической литературе уделяется достаточно большое внимание этому блоку экономического анализа.

Так, А. Д. Шеремет предлагает следующую классификацию финансовых ситуаций по степени их устойчивости:

1. Абсолютная устойчивость финансового состояния, встречающаяся редко и представляющая собой крайний тип финансовой устойчивости.

2. Нормальная устойчивость финансового состояния организации, гарантирующая ее платежеспособность.

3. Неустойчивое финансовое состояние, сопряженное с нарушением платежеспособности, при котором, тем не менее, сохраняется возможность восстановления равновесия за счет пополнения источников собственных средств и увеличения собственных оборотных средств.

4. Кризисное финансовое состояние, при котором организация находится на грани банкротства, поскольку в данной ситуации денежные средства, краткосрочные ценные бумаги и дебиторская задолженность организации не покрывают даже ее кредиторской задолженности и просроченных ссуд.

При этом А. Д. Шеремет отмечает, что некоторые показатели неизбежно оказываются приближенными. А это означает, что и отнесение предприятия к одной из выделенных категорий будет также не точным [3, с. 352—353].

Также следует отметить, что условиями отнесения предприятий здесь выступает сравнение показателей величины производственных запасов, показателей обеспеченности запасов источниками их формирования, но при этом совершенно не оценивается величина излишка или недостатка источников формирования запасов. Таким образом, излишек или недостаток на одном предприятии может значительно отличаться от того же показателя на другом, но по данной классификации их финансовое состояние будет равноценным. Подобная неточность может привести к принятию неверного управленческого решения.

Похожие классификации предлагаются в работах Г. В. Савицкой, Е. В. Негашев, Р. С. Сайфулин, А. А. Канке и других.

Все эти авторы ставят тип финансового состояния в зависимость от финансовой устойчивости, характеризуемой покрытием величины запасов и затрат источниками их формирования. На мой взгляд, это является еще одним значительным недостатком предлагаемого выше-перечисленными авторами подхода.

Анализ финансового состояния включает ряд направлений исследования деятельности предприятия. К ним относятся:

- Предварительная оценка финансового состояния предприятия.
- Оценка и анализ экономического потенциала субъекта хозяйствования.
- Оценка и анализ результативности финансово-хозяйственной деятельности субъекта хозяйствования.
- Диагностика вероятности банкротства.

По моему мнению, каждое из этих направлений имеет значительное влияние на деятельность предприятия, а значит, они должны учитываться при конечном определении финансового состояния исследуемого предприятия.

Создать новую методику оценки финансового состояния предприятия, решающую все вышеперечисленные проблемы, возникающие при классическом анализе, нам позволит применение такого математического метода принятия решений, как теории нечетких множеств.

Теория нечетких множеств — это раздел математики, который посвящен методам, применяемым для анализа данных, в которых описание неопределенностей проводится с помощью понятия о множествах, не имеющих четких границ.

Для лиц принимающих решения на основании результатов рассматриваемого анализа важны не только количественные показатели, но и привязанные к ним качественные показатели, характеризующие их положительно или отрицательно. Руководителям, инвесторам, кредиторам и другим лицам необходимо получить не только числовые значения показателей, но и сведения о том удовлетворительны ли полученные значения для деятельности предприятия, а также насколько они удовлетворительны.

Итак, рассмотрим методику оценки финансового состояния предприятия, основанную на теории нечетких множеств.

Для начала определим лингвистическую переменную. В нашем случае — это финансовое состояние предприятия.

Далее определим термы — множества значений составляющих нечеткие подмножества [1, с. 145].

Для решения задачи определения финансового состояния используем пента шкалу, состоящую из следующих пяти компонентов (нечетких подмножеств, классов):

1. Кризисное финансовое состояние предприятия (банкротство).
2. Неблагополучное финансовое состояние предприятия.
3. Удовлетворительное финансовое состояние предприятия.
4. Благополучное финансовое состояние предприятия.
5. Высокое финансовое состояние предприятия.

На следующем этапе определим перечень показателей, выступающих факторами отнесения предприятия к одному из пяти классов, характеризующих состояние предприятия. Для этого следует выбрать наиболее значимые показатели из указанных выше направлений исследования деятельности предприятия. Выбор этих показателей должен производиться в зависимости от специфики предприятия, отрасли и т. д.

Необходимо определить диапазон значений каждого показателя-фактора и задать значимость каждому показателю.

Важным этапом является задание функции принадлежности каждому классу. Для этого разделим диапазон значений каждого показателя-фактора на пять частей, соответствующих пяти состояниям.

При задании значений для каждого состояния следует учитывать направление изменения качества показателя-фактора. Если его

увеличение влияет на финансовое состояние положительно, то в начале шкалы будет кризисное финансовое состояние предприятия, затем — неблагоприятное, удовлетворительное, благоприятное и, наконец, высокое финансовое состояние предприятия. Если же увеличение показателя влияет на финансовое состояние отрицательно, то, наоборот, в начале шкалы будет высокое финансовое состояние предприятия, затем благоприятное, удовлетворительное, неблагоприятное, а в конце — кризисное финансовое состояние предприятия. На этом заканчивается подготовка к классификации объекта.

Теперь определяются значения признаков, показателей-факторов рассматриваемого предприятия.

На основании вектора принадлежности объекта всем классам определяется мера принадлежности предприятия конкретному состоянию. Она отражает принадлежность предприятия конкретному состоянию и вклад каждого признака в эту оценку. При этом значение уровня принадлежности может быть определено как по формуле, так и на основании пента шкалы.

После расчета функции принадлежности предприятия каждому из состояний, мы можем оценить деятельность предприятия. Финансовое состояние предприятия будет определяться как состояние, которому объект принадлежит в большей степени или функция принадлежности к которому, окажется наибольшей из пяти.

Предлагаемая в настоящей работе методика обладает рядом преимуществ:

1. Позволяет дать объективную качественную оценку количественным показателям, исключая приближенные вычисления.
2. Позволяет выбрать наиболее значимые факторы, влияющие на финансовое состояние предприятия с учетом специфики деятельности предприятия.
3. Методика позволяет разделить нечеткие понятия, дает более точное представление о состоянии предприятия, что способствует уменьшению неопределенностей и принятию эффективных управленческих решений.

Список литературы:

1. Ухоботов В. И. Избранные главы теории нечетких множеств : учеб. пособие / В. И. Ухоботов. — Челябинск : Изд-во Челяб. гос. ун-та, 2011. — 245 с.
2. Чернов В. А. Экономический анализ : учеб. пособие / В. А. Чернов; под ред. М. И. Баканова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2009. — 639 с.
3. Шермет А. Д. Комплексный анализ хозяйственной деятельности : учебник / А. Д. Шермет. — М. : ИНФРА-М, 2006. — 415 с.

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ФОНДОВЫХ МЕХАНИЗМОВ ИННОВАЦИОННОГО ИНВЕСТИРОВАНИЯ

Чирка Евгений Валерьевич

аспирант, Современная гуманитарная академия, г. Москва

E-mail: eugene958@gmail.com

Фондовые механизмы прогресса, приводящие к суверенизации творчески дееспособных лиц и позволяющие им приватизировать денежные средства осуществления своего творческого процесса, обеспечивают им намного более благоприятные, чем корпорациям, условия увеличения общественной ценности средств за счет их реприватизации.

Данное обстоятельство стимулирует специалистов не только и не столько к приватизации чужих денежных средств, сколько к отчуждению своих. Это — принципиально новый феномен в социально-экономической жизни западных стран.

Он представляет собой очередную, новую ступень в развитии фондовых механизмов прогресса, которые сформированы на базе рассматриваемого обратного потока денежных средств осуществления процесса.

Обратный поток денежных средств состоит вначале из двух ручьев, превращающихся затем в полноводные реки.

Одна из них течет вспять, навстречу потоку денежных средств, отчуждаемых в эти фонды их спонсорами. «Встречная» река несёт на себе новые, еще не реализованные промышленностью, перспективные достижения науки и техники и обеспечивает реализацию этих достижений.

За счёт повышения скорости обращения денежных средств, используемых и отчуждаемых исполнителями проблемно-целевых проектов, относительная масса этих средств стремительно растёт.

Это означает, что в роли, источников финансирования прогресса индивидуальные спонсоры занимают первое место в качественном плане и — не последнее — в количественном.

Денежные вливания в прямой поток со стороны встречного происходят на всех фазах общественного инновационного процесса и поэтому на каждой фазе устанавливается круговорот средств из встречного потока в прямой, и наоборот, за счет чего они усиливают друг друга. Наиболее мощный круговорот денежных средств возникает на заключительных фазах инновационного процесса, где формируется вторая «встречная река».

Здесь эта река еще только набирает силу, потому что личные средства (и творческие усилия) специалисты затрачивали на насыщение ими инновационного процесса. Достижение порога насыщения и поворачивает растущую массу средств и сил в русло второй финансовой «реки».

Она отличается от первой тем, что течет в обход инновационного процесса напрямик к потенциальному массовому потребителю новшеств с тем, чтобы подготовить его к осуществлению им его непосредственной потребительской функции.

Для этого нужно многое:

- резко повысить культурный уровень массового потребителя, сделать его здоровым, грамотным, социально предрасположенным к новациям.
- сделать массового потребителя независимым, способным самостоятельно принимать решения, способным к самостоятельному осуществлению принятых решений без ущерба для себя и инновационного процесса.

Именно общекультурный, нравственно-этический уровень развития народа как бы сам собой выдвигается на первый план, когда в стране начинают действовать фондовые механизмы прогресса.

Они ставят социо-культурные проблемы и предоставляют обществу средства для их решения. То же самое следует сказать и про все другие проблемы потребительского характера.

Можно утверждать, что встречающая «финансовая река» инвестирует все свои денежные средства в человека, в его непосредственные жизненные потребности, тогда как первая такая «река» вкладывает весь свой финансовый потенциал в новую технику и технологии.

Обе реки текут к конечному массовому потребителю новой наукоёмкой продукции. Одна река приносит ему даровые деньги, необходимые для оплаты его потребительских расходов, а вторая — нововведения, массовое использование которых способно улучшить общественную жизнь и её эколого-экономическую обстановку.

В этих условиях массовое творчество независимых специалистов превращается в общественный разум, — ведущую производительную силу, становится фундаментом его образа жизни.

Такой общественный разум даёт быстрое и надёжное обеспечение рациональности и целесообразности всех ответственных хозяйственных решений.

Эффективность труда при использовании фондового механизма инновационного инвестирования повышается за счёт его особенности, — «соединения труда» (в оппозиции «разделению труда»).

Свой главный выигрыш от этих решений получают корпорации. Это гарантирует им оперативное подавление возникающих перед ними проблем (за счет прогрессивного преобразования их социально-экономической организации).

Важно подчеркнуть, что перестройка при этом совершается автоматически, безболезненно и даже незаметно для самих ведомств и корпораций. Они тоже встраиваются в систему фондовых механизмов хозяйствования, которые смыкаются в кольцо, приобретают тороидальную структуру, в которой текут навстречу друг другу потоки денежных, информационных, кадровых и прочих ресурсов.

В них вовлекается материальное производство. Его преобразование прослеживается статистикой не только по эффектам ресурсосбережения, но также по «учредительской прибыли» — темпам повышения уровня благосостояния людей.

Экономика страны становится как бы двухслойной.

Верхний экономический слой представлен кольцевыми структурами и потоками фондируемых средств осуществления общественного инновационного процесса. Эти средства движутся на некоммерческой неприбыльной основе, хотя и обращаются при помощи товарно-денежных отношений.

Однако последние имеют мало общего с рыночными отношениями, присущими капиталистической системе хозяйствования, поскольку базируются на даровом отчуждении и использовании обращающихся средств участниками массового научно-технического и социально-экономического творчества.

Нижний слой составляют традиционные организационно-экономические структуры, которым присущи обычные рыночные отношения, характерные для товарного производства.

Верхний экономический слой отличается чрезвычайно высокими интеграционными свойствами.

Потоки фондируемых денежных и информационных ресурсов способны (вполне официально) протекать через любые региональные, национальные, континентальные и иные границы.

Они могут преодолевать таможенные барьеры, «вскрывать» сейфы секретности и т. д., а также притягивать к своим истокам встречные ручьи и потоки денежных, информационных, кадровых, материально-технических и прочих ресурсов тоже на даровой основе, но очень выгодной для всех и каждого собственника привлечённых так ресурсов.

Поэтому фондовые механизмы хозяйствования быстро распространились по всему миру и уже слились в нем в единую структурно-функциональную систему.

Нижний экономический слой, напротив, сохраняет свою разобщенность по странам, регионам и континентам, потому что производство, ориентирующееся на получение прибыли от простой продажи товарной массы, всюду порождает себе конкуренцию, противодействие, таможенные барьеры, протекционные ограды. Часто возникают связанные со всем этим войны: ценовые, политические, экономические и все иные, включая сражения на театрах военных действий.

Оба слоя и динамика их взаимодействия могут отчетливо проследиваться как на страновом, так и на мирохозяйственном уровнях. Величины традиционного рыночного товарно-денежного обмена и некоммерческого неприбыльного обращения информации, денег, товаров и услуг движутся в противоположных направлениях: вторая растет, первая постепенно уменьшается.

Еще недавно традиционный товарно-рыночный обмен имел преобладающее значение и многократно превосходил нерыночное неприбыльное обращение, когда оно лишь зарождалось и становилось на ноги. В течение немногих лет положение изменилось: фондорыночное обращение завоевало себе господствующие позиции и оттеснило типично рыночные товарно-денежные отношения на задний план.

Рассмотрим образовательный, развивающий аспект фондорыночных механизмов через показатели эффективности инновационных проектов.

Нормативные документы устанавливают следующие показатели эффективности инвестиционного проекта:

- показатели коммерческой (финансовой) эффективности, учитывающие финансовые последствия реализации проекта;
- показатели бюджетной эффективности, отражающие последствия осуществления проекта для федерального, регионального или местного бюджета;
- показатели экономической эффективности, учитывающие затраты и результаты, связанные с реализацией проекта, выходящие за пределы прямых финансовых интересов участников проекта и допускающие стоимостное измерение

Сравнение различных инвестиционных проектов (или вариантов проекта) и выбор лучшего из них рекомендуется производить с использованием различных показателей, к которым относятся:

- чистый дисконтный доход (ЧДД) или интегральный эффект;
- индекс доходности;
- внутренняя норма доходности;
- срок окупаемости;

- другие показатели, отражающие интересы участников или специфику проекта [4, с. 13].

Рассмотрим конкретные виды эффективности.

Коммерческая эффективность (финансовое обоснование) проекта определяется соотношением финансовых затрат и результатов, обеспечивающих требуемую норму доходности.

При этом в качестве эффекта на t -ом шаге (Э t) выступает поток реальных денег. Как видим, нет ни одного континуального показателя, хотя в принципе достаточен один: коэффициент производственной конвертации.

При осуществлении проекта выделяются три вида деятельности: инвестиционная, операционная и финансовая. В каждом виде деятельности происходит приток и отток денежных средств со сменой их владельцев.

Потоком реальных денег называется разность между притоком и оттоком денежных средств от всех трёх видов деятельности в каждом периоде осуществления проекта (на каждом шаге расчёта).

Сальдо реальных денег — это разность между притоком и оттоком денежных средств от всех трёх видов деятельности (также на каждом шаге расчёта). На каждом шаге расчёта возникает предмет налогообложения.

Приобретение (аренда) земельного участка, строительство зданий и сооружений, приобретение и монтаж машин, оборудования и передаточных устройств на основе купли-продажи создаёт в ходе инвестиционной деятельности предметы налогообложения как издержки, которые необходимо относить на себестоимость. Владельцы денег и владельцы факторов реализации инвестиционных проектов строят отношения типа Д—Т—Д (деньги-товар-деньги).

В нынешней теории и практике расчётов коммерческой эффективности в России требования развивающего инвестирования делают показатели эффективности неприемлемыми для участников инвестиционного инновационного проекта. Для решения вопроса нужно либо изменение законодательства по типу законодательства высокоразвитых стран, либо обучение фондовым механизмам хозяйствования. Иначе конкурентоспособное развитие невозможно.

На существующие проблемы указывают многие авторы. А. Вольский, например, предлагает сосредоточить внимание на преодолении противоречий, которые возникли в ходе проведения в России экономических реформ. Речь идёт о том, что цена инвестиций, измерителем которой является банковский процент, в России

оказалась намного выше, чем на мировых финансовых рынках. При высоком банковском проценте и низкой заработной плате многие инновационные проекты неэффективны, особенно в области механизации и автоматизации производства и ресурсосберегающих технологий. Называются и другие причины. Однако, все они, как правило, носят характер следствия и не вскрывают даже вторичных дисфункций.

Основным показателем бюджетной эффективности, используемым для обоснования предусмотренных в проекте мер федеральной, региональной финансовой поддержки, является бюджетный эффект.

Бюджетная эффективность при использовании требований развивающего инвестирования в нынешней России не возрастёт, а снизится. Высокая эффективность развивающего инвестирования в дореволюционной России и в высокоразвитых странах в настоящее время обусловлена иным законодательством и иной практикой, которые обеспечивают, как правило, поддержку и благоприятные социально-экономические условия не участникам инновационных проектов, а самим проектам, отвечающим критериям развития.

А. С. Горин, Б. В. Прыкин и другие авторы предлагают признать субъектом права (наряду с гражданином, семьей, государством) Ноосферу, понимаемую ими как разумную Биосферу. Ноосфера является хозяином, собственником своих живых тканей, используемых человеком в качестве производственных ресурсов [3, с. 186].

Отношения двух субъектов права — Ноосферы и человека — должны строиться по законам, защищающим права собственности Ноосферы так же, как до сих пор защищались права собственности гражданина, семьи, организации и государства. А. С. Горин разработал методы экологического квотирования и считает целесообразным перенести основную тяжесть налогообложения на потребителей природных ресурсов [1, с. 121].

К концепции эффективного инновационного инвестирования это имеет прямое отношение. Бюджетная эффективность проекта существенно возрастает, если участники проекта:

- оплатят государству использованные природные ресурсы по полной стоимости их воспроизводства;
- оплатят ущерб населению и природе от вредного воздействия по полной стоимости устранения ущерба;
- оплатят возвращение отходов производства в природу по полной стоимости переработки отходов в безвредные вещества.

Показатели эффективности отражают полезность проекта с точки зрения интересов всего народного хозяйства в целом, а также

интересов участвующих в осуществлении проекта регионов, отраслей, организаций и предприятий.

Сравнение различных проектов (вариантов проекта), предусматривающих участие государства, выбор лучшего из них и обоснование форм государственной поддержки проекта производят по наибольшему значению показателя интегрального народнохозяйственного экономического эффекта.

Требования развивающего инвестирования для различных «субъектов проекта» могут давать различные результаты — как положительные, так и отрицательные.

Для экономики в целом можно ожидать снижения экономической эффективности при нынешнем законодательстве.

При сохранении традиционных подходов к целям инвестиций, их эффективность будет снижаться. Причина в том, что неуклонно будут расти затраты на борьбу с вредными экологическими последствиями традиционных инвестиционных проектов. Но наступит критический срок, когда эти затраты превысят полезные эффекты проектов, и инвестиционная деятельность станет убыточной.

Анализ проблемы развивающего инвестирования позволяет сделать вывод о влиянии нынешнего законодательства на эффективность инновационного инвестирования.

Переход от сокращающегося воспроизводства Биосферы, от деградации населения, от саморазрушения к расширенному воспроизводству Биосферы, к развитию людей, техники и технологий не может быть признан экономически эффективным в нынешней теории эффективности инвестиций и при нынешнем законодательстве.

Новому типу жизнедеятельности людей должна соответствовать и новая теория эффективности инвестиций.

Эта теория должна исходить из аксиом и принципов развивающего инвестирования и соответствовать трем правилам.

Правило первое. В проектах следует предусматривать расходы, необходимые для прогрессивного развития людей, технологий и организаций.

Правило второе. В эти проекты должны входить мероприятия и расходы, обеспечивающие воспроизводство используемых природных ресурсов и прогрессивное развитие деградировавших флоры и фауны.

Правило третье. Цена используемых природных ресурсов должна соответствовать затратам на их воспроизводство. В цену добытых и продаваемых природных ресурсов (леса, нефти, руды, воды, газов, алмазов, диких животных и всех других) необходимо включить природную компоненту себестоимости этих товаров, равную затратам

на их воспроизводство. Их цена при этом возрастёт в несколько раз. Зато в сравнении с ней, цена товаров, изготовленных из вторичного сырья останется неизменной.

Благодаря этому станет выгодным очищать Биосферу от вредных отходов. Начнётся эра возрождения Биосферы, эра её очищения от ядов человечества.

Особое значение для повышения эффективности инновационной деятельности имеют производительные силы духовности и творческого содействия специалистов.

В программе-трансформе построение формы общения начинается с выбора первоначального круга специалистов, способных понять и воспринять выдвинутые цели, избранные пути и средства их достижения, как свои собственные. Перспективы творческого роста, духовного развития и успешной самореализации на широкомасштабном общественно полезном поприще, а также материальный интерес, наполнение которого в основной части зависит от достижения целей программы, создают необходимую мотивацию рачительного, хозяйского отношения к делу.

Наконец, общение специалистов и руководителей на основе равенства без уравниловки, чёткая система штрафов и вычетов из доли в конечном результате по фактам нарушения технологической и производственной дисциплины, норм общения и других согласованных регламентов, а также системы дополнительного вознаграждения и премий формируют, поддерживают и развивают среду комфортного и инициативного труда.

Предполагается, что состав специалистов в первоначальном круге общения отвечает требованиям достаточности, гармонично сочетает их свойства в общем деле, учитывает психологическую и иную совместимость. Никто не заинтересован и не может подавлять других, но каждый вправе выдвигать мотивированные предложения и требования, имеющие отношение к оптимизации и реализации функции развития в конкретном проекте или программе. Каждый призван вершить свою часть дела оптимально и в полном объёме, что возможно лишь в тесном контакте друг с другом.

Именно такой гармоничный организм могут образовывать специалисты первого круга общения в обсуждаемой организационно-экономической форме программы. Только в таком «рассоле», концентрирующем в себе носителей инициативных стратегических идей глобального значения (в определённом наборе и композициях фундаментальных идей), призвана кристаллизоваться и вырасти новая биосферосовместимая общность людей, организаций, государств,

цивилизации, сочетающая в себе лучшие душевные, духовные и профессиональные характеристики человека.

Трансформационный инновационный проект, отвечая условию развития за счёт оздоровления природной и социальной среды, содержит в себе сопряжённую задачу: формирование в своём структурно-функциональном устройстве зародышевой клетки будущего общественного технологического уклада, способного безболезненно для человечества заменить крупную механо-машинную индустрию индустрией биосферосовместимой.

В индустриальном обществе результаты и эффекты производственной деятельности людей проявляются в её содержании и не затрагивают её общественную форму. Последняя лишь расширяется по мере роста и развития содержания, наполняющего её. Так, если в индустриальном обществе возникают проблемы, то оно создаёт новые министерства и ведомства, возводит новые промышленные объекты, выпускающие новые продукты и т. д., но производственные отношения людей, составляющие общественную форму индустриального производства, при этом остаются неизменными. Увеличивается лишь сфера проявления однотипных отношений. В конечном счёте, это приводит уже во многих случаях к тому, что не машины служат людям, а люди — машинам.

Механо-машинный монстр является интегральным результатом совокупной производственной деятельности людей и определяет все её социально-экономические эффекты. Люди создают этого монстра для того, чтобы он служил им и удовлетворял их непосредственные жизненные потребности. Он же, напротив, заставляет всё больше и больше служить себе и обслуживать себя, собственный рост и развитие, причём за счёт лишения людей возможности удовлетворить их жизненные потребности, потому что индустриальный монстр сам потребляет то, что производит.

Машины и системы машин всё больше превращают людей в одушевленный придаток, распределяют их вокруг себя и приковывают как галерного раба к веслу. Они навязывают свой темп и ритм производственной деятельности, вынуждают постоянно заботиться о своей сохранности, дееспособности и усовершенствовании, предписывают технократический способ мышления и действий, ограничивают естественнонаучный и мировоззренческий кругозор, атрофируют физические, интеллектуальные и духовные возможности человека [5, с. 346]

Зарубежные и отечественные специалисты, отслеживая статистическими методами процесс преобразования индустриального производства в

странах, которые применяют фондовые механизмы хозяйствования, отмечают, прежде всего, резкое снижение ресурсопотребления.

По расчётам П. Недотко, расходы ресурсов на производство условной единицы промышленной продукции за последние 15 лет снизились на десятки процентов. Так, ресурсоёмкость валового национального продукта (в сопоставимых ценах) снизилась: в США — на 32 %, в Японии — на 41 %, в странах Западной Европы — на 28—32 % [2, с. 25].

Заключительный эффект фондовых механизмов хозяйствования в передовых странах проявляется в снижении нагрузки индустриального производства на природу и общество. Природосберегающий эффект достигается путём выноса шлаков хозяйственной деятельности в другие страны, консервации собственных месторождений, не полного использования производственных мощностей за счёт специальных государственных дотаций промышленным предприятиям и фермам. Это плата (причём очень высокая плата) за преднамеренный частичный простой индустриального производства ради сохранения собственной среды и сбережения собственных природных ресурсов.

По этой причине страны без фондовых механизмов хозяйствования напоминают острова, населённые дикарями, которые радуются разным свистулькам и отдают за них золото.

Более высокая логика фондовых механизмов позволяет лидерам цивилизации жить по принципу «вначале — твоё, потом — каждый своё». Или: «на тебе, Боже, что нам не гоже (конвертируемые бумажки — всё больше и больше), но дай нам, Боже, то, что гоже (ваши ресурсы — всё больше и больше)». Тем не менее, нельзя не отметить, что это формально укладывается в принцип фондовых механизмов инновационного развития «отдать больше, чтобы получить больше».

В диссертации А. И. Александровой «Методы управления охраной природы на федеральном уровне» введено в оборот понятие природоохранной деятельности.

Природоохранная деятельность — это направленный на охрану природы специализированный вид деятельности общества, обособившийся в системе общественного разделения труда. Отличие его от прочих видов хозяйственной деятельности состоит в том, что он увеличивает национальное богатство только за счёт сохранения и приумножения его естественно природной части.

При осуществлении прочих видов хозяйственной деятельности увеличение национального богатства происходит в процессе производства совокупного общественного продукта, которое сопряжено с использованием природных ресурсов, а, следовательно, и с большим

или меньшим сокращением естественно-природной части национального богатства.

В настоящее время при расчётах объёма национального богатства учитывается не в полной мере сокращение объёма природной части национального богатства. Так, например, совершенно не учитываются изъяты из Биосферы чистые воздух, вода, гумус, дикие растения и животные. Не полностью учитываются выведенные из естественного оборота и занятые техносферой земельные участки и извлечённые полезные ископаемые и т. д.

Если бы при расчётах национального богатства и эффективности хозяйственной деятельности в полной мере учитывалась цена изъятых природных ресурсов (по стоимости их воспроизводства, включая человека биосферосовместимого), то национальное богатство при нынешних технологиях постоянно уменьшалось бы не только фактически, но и в расчётах, а эффективность хозяйственной деятельности людей — снижалась.

При полном учёте стоимости используемых природных ресурсов к реализации следует допускать только действительно эффективные проекты, истинно инновационные проекты, обеспечивающие развитие людей и технологий, а также здоровое воспроизводство Биосферы. За это ратуют и такие талантливые экономические «диссиденты» на Западе, как Линдон Ларуш — трибун физической экономики, а также его последователи.

Список литературы:

1. Горин А. С. Государственная доктрина социально-экономического саморазвития, М., 1994. — 250 с.
2. Недотко П. А. и др. Организационно-экономические формы оптимизации общественного развития. — М.: МАИ, 1996. — 95 с.
3. Прыкин Б. В. Новейшая теоретическая экономика. — М.: Издательское объединение «ЮНИТИ», 1998. — 445 с.
4. Свинухов В. Г. Экономическая оценка инвестиций.— М.: Изд-во РТА, 2010. — 46 с.
5. Юнгер Ф. Г. Совершенство техники машина и собственность. — СПб.: Владимир Даль, 2002. — 600 с.

СЕКЦИЯ 11.

УПРАВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ ПЕРСОНАЛА

О ЛОЯЛЬНОСТИ БРЕНДУ РАБОТОДАТЕЛЯ

Иванов Сергей Михайлович

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

E-mail: ivanov_sm_ood@inbox.ru

Интерес к исследованиям в области бренда работодателя, начиная с середины 1990-х годов, растет год от года. Концепция бренда работодателя стала важным элементом новых направлений в указанных системах предприятия таких, как маркетинг персонала и внутренний маркетинг. В результате бренд работодателя стал объектом и теоретических и прикладных исследований. Вместе с тем при изучении всех вопросов создания и развития бренда работодателя необходимо исследовать лояльность бренду работодателя.

Актуализирует исследования лояльности бренду работодателя структура населения России и ее динамика. Рынок труда будет претерпевать значительные изменения, обусловленные демографической ситуацией 1990—2003 гг [4]. Именно сейчас, родившиеся в 1990 г. в большей своей части, окончив вузы и техникумы, выходят на рынок труда, их доля составляет около 90% от числа родившихся, например, в 1988 году, т. е. вышедших на рынок два года назад. Через три года на рынок труда выйдет молодежь, численность которой составит около 60% от поколения молодежи, вышедшей на рынок труда пять лет назад. А затем на протяжении следующих 10 лет этот показатель будет колебаться от 50 до 60 % от числа вышедших на рынок труда в 2010 году. Вместе с тем, доля поколения, родившегося в 80-е годы, на рынке труда будет самой большой. Все это будет приводить к постоянно меняющейся ситуации на рынке труда, к росту конкуренции на нем. Следовательно, предприятиям необходимо не только понимание факторов, определяющих их лояльность персонала, но и методов ее оценки для корректировки своей политики в области управления персоналом.

В [1] автором дано определение бренда работодателя, формулировка которого стала результатом сравнительного анализа подходов к определению потребительского бренда.

Бренд работодателя — это *известный* образ, который сложился у работающих и потенциальных сотрудников организации, обществен-

ности, представителей профессионального сообщества, рекрутинговых компаний, государственных служб (например, занятости), коммерческих компаний относительно организации, обладающей *уникальными качественными характеристиками* на рынке труда, доведенными до сознания существующих и потенциальных сотрудников таким образом, чтобы единожды поступив на работу в данной организации, они стали ее *приверженцами*, т. е. их позитивное отношение к работодателю не зависело от большинства факторов внешней среды, обеспечивая этим организации *конкурентное преимущество* в терминах дохода, прибыли, добавленной стоимости или рыночной доли и тем самым способствуя формированию ее *сверхприбыли*.

Таким образом, понятие бренда работодателя, его сила непосредственно связаны с понятием лояльности. В маркетинге до сих пор не сложилось общего мнения в отношении определения лояльности. Вместе с тем один ряд определений сводятся к поведенческой концепции покупателя, другой — к эмоциональной концепции. Учитывая то, что в концепции бренда работодателя в качестве субъекта принимаются как персонал предприятия, так и активное трудоспособное население — потенциальные работники, оказываются применимы обе концепции лояльности бренду.

Заметим, что следует различать лояльность персонала и удовлетворенность персонала работодателем. Удовлетворение появляется, когда работник доволен условиями труда, величиной заработной платы. Лояльный работник — очень часто это работник, удовлетворенный местом работы и результатами оценки его труда, но удовлетворенный работник не всегда лоялен

При формировании понятия лояльности бренду работодателя персонала организации будем придерживаться подхода Джона Игана [2], а при формировании понятия лояльности бренду работодателя потенциальных работников — подхода Светланы Сысоевой [5].

Лояльность бренду работодателя персонала организации — это намеренная (то есть неслучайная) поведенческая реакция (например, стаж работы на предприятии), демонстрируемая в течение периода времени сотрудником организации работодателя, причем эта реакция представляет собой функцию психологических процессов (принятие решения о работе в дальнейшем и оценки результатов труда) и имеет результатом приверженность определенному бренду работодателя (желание работать только в этой организации).

Лояльность бренду работодателя потенциальных работников — это положительное отношение работников других организаций покупателя бренду работодателя, которое, являясь следствием значимых для работников факторов, лежит в эмоциональной сфере.

Для разработки стратегии и тактики повышения лояльности бренду работодателя на наш взгляд наиболее приемлема концепция «Трех клю-

чей» [3], разработанная для концепции лояльности потребительского бренда. Адаптируем предлагаемую методику для формирования концепции лояльности бренду работодателя. Определим три ее составляющие:

- состояние субъекта;
- виды коммуникации;
- матрица взаимодействий.

Для выделенных ранее групп субъектов определим 5 различных состояний (табл. 1)

Таблица 1

Характеристика субъектов состояния

Состояние	Работник организации	Потенциальный работник
Случайность	Случайный работник — устроился на предприятие случайно, без особого выбора, влиянию практически не поддается, возможно использовать мотивацию спецпредложений и пакетов услуг.	Краткое эмоциональное отношение, порожденное случайной информацией, влиянию практически не поддается
Удобство	Работает в данной организации потому, что в текущий момент ему так удобно, с такими работниками можно планировать и вести взаимоотношения;	Эмоциональное отношение к организации стабильное, признающее ее положительные стороны. Основная задача — усиливать положи-тельное информационное пространство.
Постоянство	Постоянный (мотивированный) работник — выбирает предприятие из комплекса рациональных соображений, работает продолжительное время, основная задача при работе с такими клиентами — перевести их в состояние лояльности, добавив положительного отношения к бренду;	Стабильное положительное отношение к организации, основная задача — добавлять положительное отношение к бренду
Лояльность	Лояльный работник — стремится и дальше работать в этой организации, потому что ему нравится, приятно работать в дан-ной организации, главная задача - поддерживать лояльность такого работника;	Лояльный потенциальный работник, стремится устроится на работу в данную организацию, главная задача — поддерживать лояльность
Привержен-ность	Приверженец — будет работать в организации по причине того, что она соответствует его идеалам, достойна его, главная задача - поддерживать состояние такого клиента.	Приверженец — считает, что организация соответствует его идеалам, стремится работать именно в этой организации, главная задача — поддерживать приверженность

Выделим три вида коммуникации:

- **Мотивация** — задача мотивировать субъекта на увеличение количества знаний об организации, повышению положительного отношения к организации, и увеличению стажа работы на предприятии;
- **Стимулирование** — задача поощрения субъекта к повышению лояльности, применяется для того чтобы благодарить субъекта за его лояльность и поддерживать соответствующий уровень отношений;
- **Идентификация** — ставится задача установить соответствие с определенными ценностями, уровнем жизни, желательными качествами субъекта.

Построим матрицу коммуникаций, которая показывает, какие виды коммуникаций необходимо использовать для субъектов в соответствующем состоянии (табл.2).

Таблица 2

Эффективность использования видов коммуникаций

Состояние субъекта	Эффективность видов коммуникаций		
	Мотивация	Стимулирование	Идентификация
Случайность	низкая	низкая	Низкая
Удобство	низкая	средняя	Низкая
Постоянство	высокая	средняя	низкая
Лояльность	отсутствие	высокая	Низкая
Приверженность	отсутствие	средняя	Высокая

Использование на практике матрицы взаимодействий позволяет строить планы и мероприятия взаимодействий с работниками предприятия и потенциальными работниками для повышения лояльности обеих групп и, как следствие, повышения конкурентоспособности бренда работодателя.

Важным выводом из представленной концепции лояльности бренду работодателя является то, что необходимо четко сегментировать как существующих работников организации так и потенциальных работников, на основе чего применять соответствующие методы коммуникаций, в противном случае низкой окажется не только экономическая эффективность затраченных усилий на реализацию мероприятий, но и функциональная эффективность как уровень отношений с клиентом.

Список литературы:

1. Иванов С. М. Бренд работодателя как фактор инновационного развития некоммерческих организаций // Инновационное управление социально-экономическими системами в регионах: сборник статей участников Меж. научно-практической конференции — Челябинск: Издат. Центр ЮУрГУ, 2011 — С. 229—233.

2. Иган Д. Маркетинг взаимоотношений. Анализ маркетинговых стратегий на основе взаимоотношений: учебник для студентов вузов/ пер. с англ Е. Э. Лалаян. 2-е изд. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. — 375 с.
3. Макаров О., Широганова Т. Концепция трех ключей. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: www.topclassgroup.ru, свободный.
4. Рунова Т. Г. Демография: учебное пособие. — М.: МГИУ, 2004. — 136 с.
5. Сысоева С., Нейман А. Насильно мил не будешь, или Что такое лояльность покупателей // Энциклопедия маркетинга [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.marketing.spb.ru/lib-mm/sales/what_is_loyalty.htm, свободный.

НОВЫЙ ПОДХОД К УПРАВЛЕНИЮ ДЕЛОВОЙ КАРЬЕРОЙ ПЕРСОНАЛА БАНКА

Крыгина Анна Петровна

канд. экон. наук, доцент ФГОУ ВПО ОГАУ, г. Оренбург

Козлова Анна Ильинична

аспирант ФГОУ ВПО ОГАУ, г. Оренбург

E-mail: A_Krygina@mail.ru

Эффективное управление персоналом является одним из наиболее существенных факторов конкурентоспособности и экономического развития современных организаций. В то же время теоретические аспекты построения механизмов мотивации и стимуляции, адекватных российской специфике, нуждаются в дальнейшей разработке. Далеки от совершенства практические шаги организаций по поводу использования механизмов стимулирования персонала.

Свободные рыночные отношения повлияли на возникновение конкуренции на рынке труда в банковской сфере. Имидж привлекательного работодателя, в свою очередь, означает конкурентные преимущества, поскольку на рынке трудовых ресурсов в последние годы разгорелась настоящая борьба за лучших сотрудников — так называемый «высший потенциал». Развитие производства в сфере услуг, информационных технологий создали необходимость нововведений, особенно в управлении человеческими ресурсами [5].

Необходимость реформирования сферы образования в области подготовки и переподготовки кадров для банковского сектора в настоящее время обусловлена целым рядом причин. Одна из них: переход банковского сектора на новые принципы управления банковским бизнесом и особенно банковскими рисками — в соответствии с

международными стандартами и соглашениями, получившими название «Базель-2» [2].

Кредитные организации уже сегодня представляют собой комплексы, которые предлагают банковские продукты разной направленности: расчетные, кредитные, валютные, операции с драгоценными металлами и ценными бумагами, лизинговые и много других операций. Все они сопряжены с высокими рисками, а значит, профессионализмом и ответственностью персонала. Несмотря на высокую оплату труда, банки испытывают кадровый дефицит, особенно в специалистах высшего уровня. Неслучайно одной из причин банковских кризисов традиционно является низкий уровень менеджмента в банках.

Поэтому, чтобы банк мог эффективно работать и получать прибыль, он должен организовать свою работу и управление согласно правилам, которые диктуют новые условия. На первый план в настоящее время стали выходить инновационные методы управления трудом, так как управление сегодня, прежде всего, — это управление на основе постоянных нововведений [4].

Инновационный тип управления основан на разработке и внедрении организационных нововведений и направлен на коренное совершенствование организации труда.

Инновации в управлении деловой карьерой персонала состоят в правильной конкретизации стратегии банка в виде сформулированных целей, связанных с профессиональной деятельностью каждого сотрудника. Эти требования можно соблюсти благодаря детализации разработанных стратегических целей до такой степени, чтобы они стали понятны конкретным исполнителям [5]. К важнейшим предпосылкам действенности процесса согласования поставленных задач с сотрудниками нужно отнести: достижимость обозначенных руководством результатов с точки зрения самого сотрудника, привлекательная для сотрудника зависимость между требуемыми показателями его труда и ожидаемым вознаграждением. Сориентировать поведение персонала в нужном для банка направлении возможно в ходе построения сбалансированной системы показателей: работники знают стратегические цели банка в целом, какие действия они должны предпринимать для их достижения, и мотивированы на выполнение этих действий.

В этой связи создание систем управления, в наибольшей степени позволяющих раскрыться творческой инициативе работников на всех иерархических уровнях банка. При этом особое внимание уделяется подбору персонала, так как реализация целей банка находится полностью в его руках.

Для формирования сильной трудовой мотивации необходимо, чтобы смысл труда выходил за рамки удовлетворения только личных материальных потребностей человека. Как известно со временем даже высокая оплата труда, которая также имеет свои грани, перестает быть

весомым стимулом для роста трудовой активности. Работники перестают стремиться работать с полной самоотдачей, поскольку они уже достигли определенного достаточного уровня зарплаты (или его максимума), и не видят смысла в дальнейшем рвении, снижается стремление достигать больших результатов из-за «возможной» прибавки, когда в целом и так нормальные условия жизни [1].

Таким образом, еще раз необходимо подчеркнуть важность принципиально нового подхода к управлению деловой карьерой персонала банка. В плане карьеры в банке необходимо предъявления вполне определенных требований к персоналу, с одной стороны, и построения конкретной модели профессиональной деятельности самим работником, с другой стороны. Управление деловой карьерой административно-управленческого персонала в современной финансовой организации должно осуществляться на перспективу, т. е. должно быть долговременным и в соответствии с планами развития банка. В то же время планирование и организация карьеры, являясь элементом планирования кадров, не может носить директивный характер, т. е. со временем могут меняться интересы работников, их ориентация и планы банка. Поэтому следует уделять большее внимание обучению и повышению квалификации персонала. Добиться того, чтобы в банке действовала система непрерывного обучения всех категорий работников. При этом результаты обучения должны приводить либо к служебному росту, что довольно ограничено в силу заранее определенного количества руководящих мест, либо к повышению зарплаты или премии. Так, например, всемирно известная компания IBM тратит примерно 5 % годового рабочего времени на обучение своего персонала.

Пассивную кадровую политику, которая сводится в основном к созданию базы данных резюме специалистов и «переманиванию» работников у конкурентов, следует трансформировать в современную мобильную политику подготовки и переподготовки кадров на основе долгосрочных отношений с высшей школой. Поэтому для более эффективного управления деловой карьерой персонала необходимо внедрять инновационные подходы. Одним из таких является внедрение модели компетенций [2].

Компетенция — это интегральное качество, сочетающее в себе знания, навыки и мотивацию, описанное в терминах наблюдаемого поведения, которое отличает более эффективного работника от менее эффективного на определенной позиции [5]. Компетенции касаются поведения, лежащего в основе результатов работы, т.е. того, что люди делают для реализации целей своей должности (например, детальное знание продукции, умение убеждать собеседника). Модель компетенций — это набор компетенций, необходимых сотруднику на конкретной позиции для достижения компанией своих бизнес — целей. Уровни развития компетенции — иллюстрируют поведение сотрудника с той или иной

степенью владения данным навыком (компетенцией). Каждая компетенция разбита на 4 уровня: уровень мастерства (соответствует оценке 3), уровень опыта (соответствует оценке 2), уровень развития (соответствует оценке 1) и уровень некомпетентности (соответствует оценке 0).

Данная модель компетенций показывает, какой набор компетенций необходимо применять для той или иной должности в компании и какой уровень развития данных компетенций должен демонстрировать сотрудник. Цель внедрения модели компетенций: Модель компетенций позволяет унифицировать требования к сотрудникам и создать единые стандарты квалификации — основу для отбора, оценки и продвижения сотрудников. Правило выставления оценок:

При отборе кандидатов или проведении оценочных процедур для сотрудников каждая компетенция оценивается по 7-ми бальной шкале.

Возможны оценки от 0 до 3, при этом выставляются так же промежуточные оценки, например, 1,5.

- 0 — выставляется, когда доминируют проявления поведения, описанные в этом уровне.

- 0,5 — выставляется, когда присутствуют проявления поведения, описанные в уровне 0, а так же некоторые проявления поведения, описанные в более высоких уровнях (1, 2 или 3).

- 1 — выставляется, когда доминируют проявления поведения, описанные в этом уровне и при этом нет проявлений поведения, описанных на уровне 0, а также проявлений поведения, описанных на уровнях 2 и 3.

- 1,5 — выставляется, когда в равной степени присутствуют проявления поведения, описанные в уровне 1 и более высоких уровнях (2 и 3), и при этом нет проявлений поведения, описанных на уровне 0.

- 2 — выставляется, когда доминируют проявления поведения, описанные в этом уровне и при этом нет проявлений поведения, описанных на уровнях 1 и 0, а также проявлений поведения, описанных на уровне 3.

- 2,5 — выставляется, когда присутствуют все проявления поведения, описанные в уровне 2 и некоторые проявления, описанные в уровне 3. При этом нет проявлений поведения, описанных на уровнях 1 и 0.

- 3 — выставляется, когда присутствуют все проявления поведения, описанные в уровнях 2 и 3, и при этом нет проявлений поведения, описанных на уровнях 1 и 0. В зависимости от ценности все должности банка необходимо распределить по пяти уровням.

Ценность должности определяется, исходя из масштаба ответственности, самостоятельности и сложности работы, а также уровня квалификации, требуемого для выполнения работы в данной должности и цены ошибки Таблица 1.

Таблица 1.

Описание уровней должностей в банке

Уровень	Описание уровня
А	<p>Несет ответственность за результаты деятельности Банка в целом, ошибки в работе могут привести к потере устойчивости или краху бизнеса.</p> <p>Работа связана с решением масштабных задач высокой степени сложности, разнообразия и новизны, выработкой политик и стратегии развития бизнеса, самостоятельным принятием большинства решений.</p> <p>Требуется очень высокий уровень теоретической подготовки по широкому кругу вопросов, высшее образование и дополнительная специальная подготовка, развитые управленческие навыки и опыт работы от пяти лет.</p>
В	<p>Несет ответственность за результаты работы в рамках отдельного направления или группы функций. Ошибки в работе могут привести к существенным потерям и повлиять на часть бизнеса.</p> <p>Работа связана с решением крупных задач в рамках отдельного направления, большинство из которых характеризуются высокой степенью сложности, разнообразия и новизны. Большинство решений принимает самостоятельно в соответствии с утвержденными политиками и стратегией.</p> <p>Требуется высокий уровень теоретической подготовки в нескольких областях знаний, высшее образование, развитые управленческие навыки и опыт работы от трех лет.</p>
С	<p>Несет ответственность за результаты работы подразделения, проекта или отдельной функции. Ошибки в работе могут оказать значительное влияние на работу Банка, но не угрожают устойчивости бизнеса в целом.</p> <p>Работа связана с решением разнообразных задач, алгоритм решения которых в большинстве случаев определен. Может принимать самостоятельные решения при выборе направления действий в рамках предписанных процедур.</p> <p>Требуется высокий уровень профессиональной подготовки, высшее образование и опыт работы от двух лет.</p>
Д	<p>Несет ответственность за результаты работы в рамках своего рабочего места. Ошибка незначительно влияет на бизнес в целом, но может привести к сбоям в работе подразделения.</p> <p>Работа связана в основном с решением повторяющихся задач средней степени сложности, порядок решения которых подробно описан. Большинство решений требуют согласования, действует строго в рамках утвержденных регламентов.</p> <p>Требуется профессиональная подготовка в области специализации, высшее или среднеспециальное образование, специальные навыки и опыт работы от одного года.</p>
Е	<p>Несет ответственность за результаты работы исключительно в рамках своего рабочего места. Ошибки в работе оказывают слабое влияние на работу подразделения и ничтожно малое влияние на бизнес в целом.</p> <p>Работа связана с выполнением простых повторяющихся операций. Не принимает самостоятельных решений, действует строго в соответствии с инструкциями.</p> <p>Не требуется специального образования и опыта работы.</p>

Для дополнительной дифференциации должностей каждый из пяти уровней необходимо поделить на категории.

Взаимосвязь компетенций и уровней должностей представлены в таблице 2.

Таблица 2

Взаимосвязь компетенций и уровней должностей

Компетенции	Уровень должности															
	Ориентация на результат	Лидерство	Стратегический подход	Построение команды	Принятие решений	Умение убеждать	Делегирование	Планирование и самоорганизация	Умение работать в системе	Ориентация на профессиональное развитие	Развитие систем	Ответственность	Управление рисками	Управление изменениями	Управление эффективностью	
A1	2,5	2,5	2,5	3	2,5	2,5	2,5	2	2,5	2,5	2,5	3	2,5	2,5	2,5	
A2	2	2,5	2	2	2,5	2,5	2,5	2	2,5	2,5	2,5	3	2,5	2,5	2,5	
B1	2	2	1,5	2	2	2	2	2	2	2	2	2,5	2	2	2	
B2	2	2	1,5	2	2	1,5	2	1,5	2	2	1,5	2	2	2	2	
B3	2	1,5	1	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1	2	1,5	1,5	1,5	
C1	1,5	1,5	-	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1	2	1,5	1,5	1,5	
C2	1	1	-	1	1,5	1	1	1,5	1	1,5	1	2	1	1	1,5	
C3	1	1	-	-	1,5	1	1	1,5	1	1,5	1	1,5	1	-	1	

Для дальнейшего определения уровня оплаты труда каждая конкретная должность помещается в таблицу в соответствии со следующими правилами:

1. анализируется содержание всех рабочих функций и определяется уровень, описание которого больше всего соответствует содержанию работы в данной должности;
2. если содержание рабочих функций полностью соответствует описанию данного уровня, при этом частично соответствует описанию более высокого уровня, должность помещается в высшую категорию данного уровня;

3. если содержание работы в основном соответствует описанию данного уровня, при этом частично соответствует описанию более низкого уровня, должность помещается в более низкую категорию.

Таким образом, только использование в комплексе и материального, и морального стимулирования в процессе управления деловой карьерой персонала, позволит добиться повышения качества и производительности труда.

Управление карьерой затрагивает такие важные проблемы, как удовлетворенность персонала работой в организации и связанную с этим производительность труда; преемственность профессионального опыта и культуры корпорации; обеспечение бесперебойного и рационального замещения ключевых должностей; адаптивность и маневренность в условиях быстрых изменений в содержании и разделении труда, в условиях кризисов; наконец, оно связано с вопросами внутреннего приращения профессионального потенциала и внешнего роста финансовой организации в среде.

Управление трудовой карьерой специалиста представляет собой организацию его продвижения по ступеням должностного и квалификационного роста, помогающую ему развить и реализовать профессиональные знания и навыки в интересах банка.

Прежде всего, следует заметить, что хотя в управлении карьерой заинтересован и специалист и Банк, инициатором должна выступать финансовая организация как носитель карьерного пространства, без которого развитие человека так, и останется просто развитием, не проявившись во внешнем движении, не обретя тем самым качества карьеры. Безусловно, без желания и готовности человека карьера тоже не состоится, но, тем не менее, создать мотивацию к карьерному росту гораздо проще, чем карьерное пространство.

Общее целенаправленное воздействие на характер протекания и содержание процесса карьерного развития человека должно реализовываться посредством объединения усилий по управлению карьерой со стороны организации и самоуправлению карьерой со стороны человека, а также при содействии со стороны государства.

Для обеспечения в банке успешного управления карьерным процессом в целом и индивидуальной карьерой каждого специалиста требуется разработка специальной концепции управления карьерным процессом, которая бы вобрала в себя весь предшествующий положительный опыт, а также перечисленные и другие конструктивные подходы и принципы. Только при условии следования такой концепции можно в полном объеме реализовать миссию

управления карьерой — достижение гармонии между интересами Банка и потребностями человека.

Условием эффективности рынка труда становится непрерывное обучение и повышение квалификации работников, позволяющие планировать, управлять трудовой карьерой и строить их продвижение в финансовом секторе экономики.

Список литературы:

1. Каверзин Н. Метод кнута и пряника: Всегда ли он оправдывает себя и в каких условиях эффективен? // Служба кадров.— 2010.— № 8. — С. 32—37.
2. Софронова В. В. В банках требуются носители новых знаний // Управление персоналом — 2010. — № 21
3. Тейлор Ф. Основы научного менеджмента, Прогресс, Москва, 1992. — 344 с.
4. Фрумкин К. Карьерный лифт банкира: как доехать молодым // Финанс. — 2010. — N 45. — С. 32—31.
5. Эфендиев А. Г. Профессиональная карьера выпускников факультета менеджмента / А. Г. Эфендиев, Е. С. Балабанова // Социол. исслед. — 2010. — N 2. — С. 100—1

СЕКЦИЯ 12.

ФИНАНСЫ И НАЛОГОВАЯ ПОЛИТИКА

ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЕЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ В ПЕРИОД ТРАНСФОРМАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ ГРУЗИИ)

Абуселидзе Гиорги Давидович

*доктор экономических наук, профессор Государственный
университет Имени Шота Руставели, г. Батуми, Грузия
E-mail: abuseri@mail.ru*

Как показывает опыт истории, во время радикальных экономических преобразований проблемы социальной политики выходят на первый план, который представляет одновременно фактор, определяющий предел радикальности этого преобразования. Параллельно с целым рядом причин, после обретения Грузией независимости, на начальном этапе радикального экономического преобразования основной акцент был сделан на финансовом оздоровлении экономики и макроэкономической стабильности. Социальная сфера и социальные программы были перенесены на второй план. В результате население Грузии столкнулось с резким падением бытовых условий, снижением реальных доходов населения на фоне усиления социальной дифференциации общества. Снижение реальных доходов с одной стороны вызвало не только сокращение продукции основного потребления, но и ухудшение структуры потребления, а с другой стороны значительное число лиц, оказавшихся за гранью бедности.

Проблема бедности стоит не только в нашей стране. Она находится в центре внимания всех стран, поскольку всюду имеется неравномерность распределения доходов и дифференциация населения.

В результате реформ социальная сфера приобрела новое качество. Институциональные новшества оказали влияние в первую очередь на возникновение принципиально новых видов и сфер деятельности, и с другой стороны, на возможность формирования новой структуры источников доходов. В 2002—2003 гг. значительные

шаги были сделаны с точки зрения реорганизации и реформирования системы государственной социальной помощи и пенсионного обеспечения: была подготовлена законодательная база для формирования новой, многоступенчатой, финансово устойчивой пенсионной системы. Задействие законов так или иначе создавало базу для перехода на цивилизованные формы социального страхования, но, по неопределенным причинам сначала был отложен срок их задействия, а затем, в 2005 г. этот закон был аннулирован.

После 2008 года государственная пенсия по старости выросла от 14 до 129 лари [3], также была добавлена надбавка за стаж в следующем размере: пенсионерам, имеющим общий трудовой стаж до 5 лет — 2 лари, от 5 до 15 лет — 4 лари, от 15 до 25 лет — 7 лари, 25 лет и выше — 10 лари. Но так как эта сумма невысока, а потребительские цены растут (среднегодовой темп роста 5-8%), пенсия не может обеспечить пожилым людям прожиточный минимум.

Т. наз. «коэффициент замены» пенсионной системы (соотношение средней пенсии и средней зарплаты) в Грузии очень низок (13%), что подтверждает неадекватность пенсионной системы. По этой причине большинство пожилых людей находится в невыносимых условиях. По причине ситуации на рынке труда и кадровой политики последних лет поиски работы очень сложны не только для пожилых людей, но и для людей старше 40 лет. Соответственно, растет доля той категории населения, которая нуждается в помощи со стороны государства.

Согласно п. 7 ст. 50 закона Грузии «О государственном бюджете Грузии на 2006 год», определены следующие категории социально незащищенных семей (в том числе семьи беженцев), а также ежемесячные суммы, подлежащие выдаче им:

а) одиноким, неработающим пенсионерам, чья семья состоит из одного человека — 22 лари, а неработающим пенсионерам, чья семья состоит из двух и более человек — 35 лари;

б) детям — круглым сиротам, несмотря на трудоспособность опекунов, на каждого ребенка — 22 лари;

с) людям с ограниченными возможностями, неработающим, слепым первой группы — 22 лари на каждого;

д) детям до 18 лет, с ограниченными возможностями — 22 лари на каждого;

е) многодетным семьям с 7 и более детьми до 18 лет — 35 лари [3].

Определенные социальные привилегии (частичная денежная компенсация потребленной электроэнергии), учреждены для инвалидов войны и ветеранов, жертв политических репрессий, потерявшим

кормильца в результате аварии на Чернобыльской атомной электростанции и для других категорий. Размер компенсации составляет от 7 до 44 лари. Размер пенсии для инвалидов второй мировой войны I и II группы — 129 лари, для инвалидов III группы — 80 лари, для лиц, приравненных к участникам второй мировой войны — 55 лари.

На основании оценки механизма определения размера пенсии и социальной помощи и получения помощи может быть сделано заключение, что система социальной защиты Грузии фактически не соответствует требованиям, предъявляемым к этой системе вообще: она не обеспечивает реальной помощи социально незащищенным слоям населения (не обеспечивает прожиточного минимума), не является экономически и социально эффективной, не соответствует задачам борьбы с бедностью и обеспечения социальной стабильности. К сожалению, планами правительства на 2012—2013 гг. этого также не предусмотрено. Это дает основание сказать, что если стратегия правительства не изменится, в Грузии даже в среднесрочной перспективе не будет сформировано дееспособной и социально справедливой системы социальной защиты населения, основанной на принципах страхования. А ведь текущие и ожидаемые изменения возрастной структуры населения, а также состояние в сфере занятости заставляют думать, что в ближайшей перспективе государству еще труднее будет содержать социально незащищенные категории и оказывать им реальную помощь, тем более, что другие компоненты социальной политики (содействие занятости, регулирование доходов, трудовые гарантии, возмещение временной нетрудоспособности, возмещение по декретному отпуску, доступность медицинского обслуживания и образования) должным образом не учитывают задачу борьбы с бедностью в стране, более того, изменения, осуществленные за последний период в трудовом законодательстве в сфере занятости, здравоохранения и образования, лягут тяжелым грузом на средний слой населения и будут способствовать его люмпенизации.

Исходя из указанного, необходимо, чтобы правительство Грузии отражало в рабочих планах соседской политики между Евросоюзом и Грузией мероприятия по формированию эффективной системы социальной защиты населения. В первую очередь это касается постепенного перехода на адекватную систему пенсий, страхования безработицы и медицинского страхования. Евросоюз может оказать в этой сфере существенную помощь правительству Грузии. Что же касается совершенствования степени, цели и направленности социальной помощи, то конечно, оправданно оказывать помощь в первую очередь крайне нуждающимся категориям. Но та модель

социальной помощи, которую избрало правительство Грузии (регистрация социально незащищенных семей, их идентификация и мониторинг имущественного состояния), требует больших административных и финансовых ресурсов и значительно снижает направляемые на социальную помощь средства, которых и так мало.

Известно, что победа над бедностью просто невозможна без устранения ее причин. По оценке экспертов Всемирного банка «безработица и недостаток высокооплачиваемой работы являются основными причинами того, что семьи, проживающие в Грузии, не могут избежать бедности» (см. документ Всемирного банка «Грузия — бедность и распределение доходов», март 1999 г.)

Конечно, снижение безработицы возможно, в первую очередь, в результате ускорения экономического развития, но необходимо осуществление эффективной государственной политики с целью содействия занятости и стимулирования создания рабочих мест. А нынешнее правительство Грузии фактически отказалось от разработки и проведения государственной политики содействия занятости. Это подтверждается и тем фактом, что в мае 2006 года оно отменило закон «О занятости». С 2006 года уже не финансируется ни одна государственная программа социальной защиты безработным и содействия занятости. Фактически не существует государственная служба занятости (с 2005 года она переформирована в «Государственное агентство социальной помощи и занятости», и его основной работой является регистрация социально незащищенных семей). По программе правительства началось обеспечение населения работой по специальной трехмесячной программе, в рамках которой каждый работающий получит 200 лари в месяц в качестве стипендии. Такая стратегия правительства Грузии в сфере занятости действительно не соответствует декларированным целям и задачам.

Крайне важна помощь, оказанная Грузии Всемирным банком, Международным валютным фондом и Евросоюзом с целью преодоления бедности. Однако, как показывает практика, необходимо повышение целевой направленности расхода средств, выделенных на оказание помощи, и повышение эффективности мониторинга. С этой точки зрения, считаем целесообразным более детально отразить в плане мероприятий в рамках соседской политики между Евросоюзом и Грузией мероприятия, проведенные с целью преодоления бедности в стране, обязательства правительства Грузии и необходимость систематического мониторинга их реализации.

Одним из главных направлений экономических реформ по преодолению бедности в Грузии должна стать политика, ориентированная

на рост доходов населения, имеющая целью преодоление бедности, смягчение имущественной дифференциации и дифференциации денежных доходов, постепенный рост зарплаты, содействие занятости и др. Если по причине сложности администрирования мы отказываемся от прогрессирующего режима налогообложения, то все равно имеется возможность хотя бы освободить от налогов население, имеющее годовой доход ниже 4 тысяч лари. Реально, этот слой — социально не очень обеспеченная категория, и этим мероприятием подтверждается на законодательном уровне главное приоритетное направление правительства — экономическая политика, ориентированная на преодоление бедности. Т. е. следует ввести ставки подоходного налога от 0 до 20 %. Оптимальная форма подоходного налога должна обеспечивать рост доходов самого незащищенного слоя, и вообще, всего населения страны, так как один из факторов развития экономики ассоциируется именно с ростом внутренних доходов.

Исходя из указанного, социальная политика, осуществляемая со стороны государства, не может обеспечить создания нормальных условий жизни социально незащищенного населения. Для этого необходимо, чтобы государство большое внимание уделяло занятости, создавало рабочие места, что достижимо при содействии среднему бизнесу. Также следует учитывать тот минимальный уровень зарплаты, который будет уравниваться с тем прожиточным минимумом, которым население может удовлетворять свои минимальные потребности. Большое значение имеет уравнивание размера пенсии с прожиточным минимумом, чтобы социально незащищенные слои имели возможность удовлетворять свои первичные потребности.

Список литературы:

1. Анисимов С. А. — «социально-экономические аспекты бюджетной политики», журнал «финансы», 2005 г, № 11;
2. Бабич А. М., Егоров Е. Н., Жильцов. Экономика социального страхования. М. 1998.
3. Винокуров А. Социальное обеспечение трудящихся. Исторический очерк. М. 2004
4. Закон Грузии за 2012 г. О государственном бюджете, ст. 39, п. 5, [электронный ресурс]- Режим доступа- URL: www.mof.ge
5. Abuselidze G., Features of Formation and Functioning of Budgetary System of Georgia at the transitive stage, “Publishing House of Science”, tb., 2006, ISBN-99928-0-900-X;

6. Official site of the Ministry of Finance of Georgia - (Electronic a resource). — www.mof.ge
7. Official site of the Ministry of Economy and Sustainable Development of Georgia — Electronic a resource). — www.economy.ge
8. Official site of the Ministry of Labour, Health and Social affairs of Georgia — (Electronic a resource). — www.moh.gov.ge

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНОВ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ ТАТАРСТАН

Бадрутдинова Дарина Хамзиевна

соискатель кафедры экономики и управления на предприятии пищевой промышленности ФГБОУ ВПО «КНИТУ» г. Казань

E-mail: darina26@yandex.ru

Оценка уровня эффективности деятельности органов местного самоуправления строится на оценке трех важнейших направлений их деятельности, включая результативность их деятельности, эффективность расходования ими бюджетных средств, а также оценке населением результатов их деятельности. При этом, оценка эффективности деятельности органов местного самоуправления представляет собой значение комплексного интегрального показателя, складывающегося из значений интегральных базовых показателей в соответствующих сферах. Значения интегральных базовых показателей представляют собой сумму значений интегральных показателей в соответствующих направлениях сферы.

Система расчета комплексного интегрального показателя заключается в построении упорядоченных рейтингов муниципальных районов и городских округов на основе показателей, отражающих различные сферы деятельности органов местного самоуправления.

Комплексный интегральный показатель рассчитывается методом ранговой оценки по 7 базовым интегральным показателям, 19 интегральным показателям и 109 частным показателям, сгруппированным по важнейшим сферам жизнедеятельности населения муниципалитетов.

Оценка эффективности деятельности органов местного самоуправления в Республике Татарстан проводилась нами исходя из принятия за базовую характеристику итоги их деятельности в

2009 году, а в последующие годы - динамику изменений оценки эффективности деятельности органов местного самоуправления. Как видно по данным сводных рейтингов районов Татарстана по уровню показателя за 2010 год (см. табл.1) по итогам ранжирования лидируют Альметьевский, Нижнекамский, Елабужский районы, городской округ Набережные Челны и Сабинский район, худшие показатели характеризуют Верхнеуслонский, Ютазинский, Атнинский, Тюлячинский и Кайбицкий районы республики.

Таблица 1.

Сводный рейтинг районов по уровню (значению) показателя деятельности органов управления муниципальных образований в Республике Татарстан за 2010 г.

Название муниципального района (городского округа)	Сумма баллов по местам в рейтинге по разделам*										Итоговая сумма баллов**	Ранг
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
Альметьевский район	568	497	92	231	73	82	292	310	158	71	2374	1
Нижнекамский муниципальный район	589	482	102	389	108	91	249	375	158	24	2567	2
Елабужский район	514	476	68	535	52	136	278	319	164	61	2603	3
Набережные Челны	600	575	85	435	128	107	162	383	165	22	2662	4
Сабинский район	622	476	148	491	29	99	219	338	172	79	2673	5
Верхнеуслонский район	706	583	284	1000	163	55	346	614	174	146	4071	41
Ютазинский район	758	758	225	1036	149	152	221	587	115	73	4074	42
Атнинский район	731	643	290	1062	150	178	300	519	142	97	4112	43
Тюлячинский район	734	755	250	992	117	183	256	593	185	68	4133	44
Кайбицкий район	707	719	287	1014	155	165	292	569	148	96	4152	45

* ранжирование представлено по показателям, динамика которых отражает эффективность деятельности органов местного самоуправления в установленной сфере деятельности согласно Методике мониторинга эффективности деятельности органов местного самоуправления городских округов и муниципальных районов, утвержденной распоряжением Правительства Российской Федерации от 11.09.2008 № 1313-р.

** меньшая сумма баллов отражает лучшую динамику изменений, произошедших в отчетном году. Источник: [1]

По итогам ранжирования по динамике показателей эффективности (см. табл.2) наилучших результатов достигли

Сабинский, Спасский, Высокогорский районы, городской округ Казань и Верхнеуслонский район.

Таблица 2.

Итоговое ранжирование по динамике эффективности показателей деятельности органов управления муниципальных образований в Республике Татарстан за 2010 г.

Название муниципального района (городского округа)	Сумма баллов по местам в рейтинге по эффективности показателей										Итоговая сумма баллов**	Ранг
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
Сабинский район	522	408	166	586	77	93	215	327	134	42	2570	1
Спасский район	433	579	196	650	41	97	262	335	162	89	2844	2
Высокогорский район	475	606	203	391	114	122	323	307	169	139	2849	3
Казань	568	557	121	500	56	79	238	484	168	108	2879	4
Верхнеуслонский район	557	477	105	683	117	57	276	421	136	139	2968	5
Муслюмовский район	520	739	184	692	106	177	327	433	174	109	3461	39
Атнинский район	572	806	149	813	54	152	308	392	193	139	3578	40
Алькеевский район	546	650	252	708	128	173	308	529	224	92	3610	41
Нижнекамский район	590	701	219	857	154	128	322	475	126	139	3711	42
Нурлатский район	612	656	200	962	75	109	296	565	204	94	3773	43

*** меньшая сумма баллов отражает лучшую динамику изменений, произошедших в отчетном году. Источник: [1]*

В то время как наибольшую сумму баллов, что характеризует худшую динамику показателей эффективности деятельности органов местного самоуправления, наблюдается в Муслюмовском, Атнинском, Алькеевском, Нижнекамском и Нурлатском районах республики.

Таким образом, как это не парадоксально, но положительную динамику эффективности деятельности органов местного самоуправления продемонстрировали районы с наименее развитым уровнем промышленного производства, такие как Сабинский, Спасский и Верхнеуслонский районы.

С учетом двух видов оценок, по комплексной оценке эффективности деятельности органов местного самоуправления за 2010 г. (см. табл.3) на первом месте находится Сабинский район, у которого зафиксирована наименьшая сумма баллов (2621), на втором — Альметьевский район (2806), на третьем — Елабужский район (2811), на четвертом — городской округ Казань (2849) и на пятом месте — Арский район (2964).

Таблица 3.

**Комплексная оценка сводного рейтинга районов по показателям
эффективности деятельности муниципальных образований
в Республике Татарстан в 2010 г.**

Название муниципального района (городского округа)	Сумма баллов по местам в рейтинге по разделам										Итог. сумма баллов**	Ранг
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
Сабинский район	572	442	157	538	53	96	217	332	153	60	2621	1
Альметьевский район	638	547	143	385	75	91	312	371	151	91	2806	2
Елабужский район	575	570	110	473	59	159	283	366	142	73	2811	3
Казань	604	563	100	446	78	71	244	451	194	95	2849	4
Арский район	598	685	164	433	99	79	279	389	140	95	2964	5
Алькеевский район	552	651	256	799	132	179	275	534	209	93	3681	40
Ютазинский район	695	688	163	926	115	126	250	527	143	77	3711	41
Камско-Устьинский	715	627	230	968	109	101	260	484	126	89	3712	42
Аксубаевский р-он	689	751	213	771	131	150	293	484	175	88	3746	43
Атнинский район	651	724	219	937	102	165	304	455	167	118	3845	44

*** меньшая сумма баллов отражает лучшую динамику изменений, произошедших в отчетном году. Источник: [1]*

Оценка степени эффективности деятельности органов местного самоуправления по показателям общего объема расходов бюджета муниципального образования на содержание работников органов местного самоуправления является, как нам представляется, недостаточно полной и точной в связи с тем, что она не учитывает таких характеристик муниципального образования как численность проживающего там населения, наличие промышленных предприятий, степени специализации района на том или ином виде сельского хозяйства или животноводства и др. Поэтому, по нашему мнению, одной из наиболее адекватных и полноценных характеристик уровня эффективности деятельности органов местного самоуправления является оценка показателя совокупного объема расходов бюджета муниципального образования на содержание работников органов местного самоуправления в расчете на одного жителя муниципального образования.

Список литературы:

1. Сводный доклад Республики Татарстан о результатах мониторинга эффективности деятельности органов местного самоуправления городских округов и муниципальных районов Республики Татарстан на 2010 год и их планируемых значениях на 2011—2013 годы.

АНАЛИЗ ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА ФОРМИРОВАНИЯ НАЛОГОВОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕГИОНА

Верцанов Максим Анатольевич

аспирант Волгоградского Государственного университета, г. Волгоград

E-mail: web-service@inbox.ru

Для рассмотрения вопросов, связанных с формированием налогового потенциала региона в России, следует обратиться к зарубежному опыту в этом вопросе. Основываясь на таком анализе, можно будет сделать выводы относительно возможности применения зарубежного опыта в условиях российской действительности с целью выявления в дальнейшем возможных путей развития налогового потенциала субъектов РФ.

Одними из наиболее интересных стран для такого сравнительного анализа, по нашему мнению, являются США и Канада с их развитой системой федерализма и относительно большой самостоятельностью отдельных штатов (провинций) в области регулирования налогообложения. Для того чтобы понять, как формируются налогооблагаемые базы регионов, следует рассмотреть общие вопросы налогообложения в данных странах.

Конституция США устанавливает сферу исключительной компетенции федерации путем перечисления вопросов, по которым законы может издавать только Федерация. Остальные вопросы были отнесены к ведению субъектов Федерации. Однако Конституция содержит список сфер ведения, находящихся в федеральной юрисдикции, которые преимущественно являются одновременно предметом ведения штатов. Так, законодательные полномочия федеральной власти включают налоговые полномочия, гарантирующие отсутствие дискриминации одних штатов перед другими, исключительные полномочия в области внешней торговли и торговли между штатами и проч. В юрисдикции штатов остается большая часть уголовного законодательства и вопросы правосудия, а так же полномочия в области ведения и регулирования налогов и сборов и прочего [2, с. 134].

Подобный порядок распределения обязанностей по регулированию различных сфер деятельности закреплен и в Канаде.

Следовательно, в США и Канаде основополагающим принципом в перераспределении доходов между федеральным и региональным уровнями власти является довольно существенный уровень самостоятельности, который получают региональные власти в решении

вопросов налогообложения в пределах штата или провинции. Например, Конституция США предоставляет на усмотрение федерального правительства достаточно широкие возможности для получения налоговых доходов. Однако право устанавливать налоги не является исключительной компетенцией федерального правительства, поэтому каждый штат сохраняет возможность взимать налоги и регулировать налоговые полномочия местных органов власти. При этом отдельные штаты сами вправе определять свою налоговую политику [5, с. 24].

Таким образом, хотя и не существует налогов, поступления которых разделяются между бюджетами различных уровней, более чем один уровень государственной власти может использовать одни и те же основные виды налоговой базы. Так, например, налог с доходов корпораций взимается как на федеральном, так и на региональном уровнях. При этом федеральным законодательством установлены свои ставки для взимания данного налога, а региональное законодательство подразумевает использование своих льгот и налоговых ставок на уровне каждого штата. Более того, налоговая база по налогу на доходы корпораций может быть уменьшена на сумму налога, уплаченного в бюджет штата.

Особо остро стоит вопрос о перераспределении доходов между бюджетами штатов, поскольку очень часто политики США приходят к выводу о том, что федеральное правительство не должно влиять на перераспределение экономической деятельности между штатами. Размеры федеральных трансфертов играют всего лишь небольшую роль в финансовом положении нижестоящих уровней власти. При этом основное влияние на региональное развитие центральный бюджет оказывает посредством финансирования национальных программ развития транспорта, энергетики приоритетных отраслей промышленности [4, с. 234], а не посредством выделения средств на бюджетное выравнивание, которое в основном имеет место в России.

Таким образом, в США довольно благодатная почва для повышения налогового потенциала региона непосредственно усилиями региональных властей, а так же путем развития предпринимательской базы каждого конкретного штата. В результате, чем большую прибыль сгенерирует регион, тем больше налоговых доходов получит штат и тем выше будет налоговый потенциал данного региона.

В целом система налогообложения по основным налогам представлена в США следующим образом. Налоги, дающие наиболее крупные и стабильные поступления, направляются в федеральный бюджет. На его долю приходится примерно 70% доходов и

расходов [1, с. 129]. При этом на федеральном уровне налогообложение прибыли характеризуется применением так называемой «прогрессивной шкалы» по корпоративному налогу на доходы. В соответствии с ней величина налогов увеличивается по мере увеличения доходов, полученных организацией. Таким образом, подобная система налогообложения, которая применяется в большинстве случаев, является своеобразным стимулом для развития более мелких предприятий (т. е. предприятий малого и среднего бизнеса, доля которого в формировании национального валового продукта составляет 50 %), поскольку в таких компаниях обычно сосредоточены сравнительно небольшие доходы, что позволяет им воспользоваться более льготной ставкой налога, предусмотренной действующей прогрессивной шкалой налогообложения.

Помимо пополнения федеральной казны значительная часть финансовых отчислений субъектов предпринимательской деятельности приходится на выплату налогов соответствующих штатов и местных налогов, которые в ряде регионов рассчитываются по фиксированной ставке, а в других регионах — также по прогрессивной шкале, как и на федеральном уровне.

Следует отметить, что согласно сложившейся в США практике одним из наиболее приоритетных направлений в увеличении налоговой базы штатов, а значит, и их налогового потенциала является развитие малого предпринимательства, которое относится к сфере, в которой оказывается максимальная поддержка со стороны федеральной власти.

Помимо всего вышесказанного, в США практикуется выдача кредитов малым предприятиям на льготных условиях, а так же предоставление гарантий по кредитам малых предприятий со стороны государства, а так же система государственных заказов, согласно которой государство делает приоритет перед малыми предприятиями по привлечению их для выполнения стратегически важных работ. В том случае если государственный заказ довольно большой, его разделяют на несколько частей и отдают разным малым предприятиям, что естественным образом обеспечивает их большим объемом работ.

Посредством вышеуказанной поддержки малого и среднего бизнеса по состоянию на начало 2007 года в США на малые и средние предприятия приходилось около 90—95 % общего количества предприятий (то есть всего хозяйствующих субъектов, заполнивших декларации, было 25,8 млн., из них около 24,4 млн. составляли предприятия малого бизнеса) [6, с. 105]. Свыше 90 % новых технологий создается малыми фирмами и независимыми изобретателями, а так

называемый венчурный бизнес вообще на три четверти осуществляется малыми предприятиями. Кроме того на долю организаций малого и среднего бизнеса в США приходится около 50 % в общей численности занятых (для сравнения в России — около 10 %) [3, с. 57]. В среднем число фирм малого бизнеса в США ежегодно увеличивается на 3,5 %. Именно малый бизнес является организационной формой реализации нововведений и технологического прогресса и вносит положительную динамику в изменения рыночной структуры экономики и оказывает существенное влияние на увеличение налогового потенциала регионов США.

Налоговый потенциал региона играет немаловажную роль в решении экономических задач и находится в непосредственной зависимости от различных потенциалов субъектов РФ, которые в большинстве своем раскрываются в факторах, влияющих на формирование и развитие налогового потенциала региона. В связи с достаточно успешным опытом применения рассмотренного механизма в США, по нашему мнению, данный механизм может также найти свое применение в России.

Список литературы:

1. Абдурахманов О. К. Налоговые системы зарубежных стран: учеб. пособие. М.: Палеотип, 2005. — 289 с.
2. Андреев А. В. Основы региональной экономики: учеб. пособие. М.: Кнорус, 2008. — 376 с.
3. Вачугов И. В. Налоги и налоговый потенциал региона: учеб. пособие. Н. Новгород: Издательство Гладкова О. В., 2003. — 178 с.
4. Видяпин В. И., Степанов М. В. Региональная экономика. Основной курс: учеб. пособие. М.: Инфра- М, 2008. — 389 с.
5. Леонов С. Н., Казанцев Т. В. Межбюджетные отношения на уровне субъекта Федерации: учеб. пособие. Владивосток: Дальнаука, 2006. — 135 с.
6. Супян В. Б. Экономика США: учеб. пособие. М.: Экономист, 2008. — 278 с.

ВВЕДЕНИЕ ЕДИНОГО НАЛОГА НА НЕДВИЖИМОСТЬ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Даева Татьяна Андреевна

*студент 4 курса кафедры «Мировая экономика и экономическая теория»,
Волгоградский государственный технический университет, г. Волгоград,
E-mail: murziktan@mail.ru*

Дубова Юлия Игоревна

*доцент, кафедра «Мировая экономика и экономическая теория»,
кандидат экономических наук, Волгоградский государственный
технический университет, г. Волгоград,
E-mail: dobovau@mail.ru*

С развитием рыночных отношений неуклонно растет и развивается налоговый институт, вследствие чего возникает необходимость в реформировании налоговой системы, все это диктуется новыми течениями, тенденциями развития рынка, общества, приводя к созданию и разработке реформаторских мероприятий, которые должны учитывать интересы обеих сторон, государства и граждан. Актуальность темы «Введение налога на недвижимость» диктуется происходящими изменениями в налоговой системе Российской Федерации. Сегодня в России проводится налоговая реформа по устранению недостатков при исчислении и взимании налогов, по повышению качества и достоверности отражения информации в официальной отчетности доходов и имущества, с целью унифицировать налогообложение объектов, оптимально и справедливо разделить и распределить налоговые доходы между федеральным, региональными и местными бюджетами и внедрить новые методы налогообложения. Одной из необходимых реформ, остается создание и внедрение единого налога на недвижимость по всей территории РФ.

Результаты, проведенного научного исследования по вопросам эффективности, целесообразности введения единого налога на недвижимость на всей территории РФ, позволят выявить ряд теоретических и практических рекомендаций по его построению и по созданию условий, позволяющих наиболее правильно и полно реализовать возможности данного налога.

Основной целью деятельности органов местного самоуправления является решение следующих вопросов, связанных с удовлетворением возникающих потребностей населения — бытовых, социальных, образовательных, культурных, медицинских — неисполнение или

ненадлежащее исполнение которых влечет ответственность по закону. Для выполнения органами местного самоуправления своих основных функций, в том числе организация и предоставление населению соответствующих услуг, необходима достаточно устойчивая материально-финансовая база [6]. Социально-экономическое развитие и преобразование муниципальных институтов должно основываться на соответствующих планах и программах, согласно которым происходит исполнение и привлечение расходной части местных бюджетов. В результате мирового кризиса экономика России существенно снизила доходность местных бюджетов, не позволяя органам власти выполнять и обеспечивать в полной мере качественное исполнение своих полномочий. Земельный налог и налог на имущество физических лиц не являются определяющими в структуре местных бюджетов, как видно из таблицы 1 «Динамика поступления налоговых доходов за 2010 год по отношению к соответствующему периоду 2009 года» по Волгоградской области.

Таблица 1.

Динамика поступления налоговых доходов за 2010 год по отношению к соответствующему периоду 2009 года

Наименование показателя	2009 год	2010 год	Темп роста, %
Налоговые доходы, всего	5 720 636	6 471 195	113,1
в том числе: налог на доходы физических лиц	4 136 696	4 481 066	108,3
единый налог на вмененный доход	561 870	594 949	105,9
единый сельскохозяйственный налог	1 980	852	43,0
налог на имущество физических лиц	162 397	147 149	90,6
земельный налог	731 296	872 363	119,3
государственная пошлина	115 965	303 526	261,7
задолженность по отмененным налогам и сборам	10 432	71 920	6,8 раз

Источник: Портал Волгограда. «Прогноз социально-экономического развития Волгограда на 2011 год и плановый период 2012—2013 годов» [4].

Анализ данных позволяет сделать вывод, что налог на имущество физических лиц и земельный налог не являются основными источниками налогового дохода. Налоги на имущество и земельный обеспечивают всего лишь 7 % бюджетных доходов РФ. Недостатки действующих налогов на имущество и земельного налога, в частности, неполный учет и недостоверная оценка недвижимости в целях

налогообложения, отсутствие унификации налогообложения объектов недвижимости, привели к утрате фискальной роли недвижимого имущества в налоговой системе.

В 2013 году предполагается введение единого налога на недвижимость, который консолидирует налог на имущество организаций, земельный налог и налог на имущество физических лиц. Принятие данного налога откладывается с 2004 года, именно в 2004 году налог прошел первое чтение. С тех пор разработка «Налогов на недвижимость» откладывалась до сегодняшнего дня. Единый налог на недвижимость по ее рыночной стоимости может быть введен в большом количестве регионов России уже в 2013 году, сообщил журналистам секретарь замминистра финансов Сергей Шаталов [1]. Хотя и не исключено введение данного налога и в 2012 году в некоторых регионах РФ, в качестве налогового эксперимента, среди которых:

- Калужская область
- Тверская область
- Калининградская область
- Краснодарский край
- Красноярский край
- Ростовская область
- Башкирия
- Татарстан
- Нижегородская область
- Самарская область
- Иркутская область
- Кемеровская область.

Сегодня в России уже имеются соответствующие практические разработки: результаты налогового эксперимента. Анализ результатов позволяет выбрать наиболее эффективный способ или вариант становления, развития системы налогообложения недвижимости. В то же время, практика обличает множество противоречий в самой налоговой системе в сфере недвижимости, возникающих по причине отсутствия достаточно полной скоординированной системы взаимодействия ряда госорганов, предоставляющих информацию о составе, величине и структуре недвижимости; несоответствие методики расчетов реальным условиям, объединяющей три составляющие единого налога (имущество граждан, организаций и землю) и др.

Применяемая тактика по введению единого налога на недвижимость обеспечивает умеренное, постепенное проникновение нового налога на всей территории России, без каких-либо нарушений, потрясений «налогового климата».

Налог на имущество физических лиц был принят 9 декабря в 1991 году. Данный налог является составляющей частью бюджетов муниципальных образований. Объектами налогообложения являются дом, квартира, дача, гараж, иное строение, помещение или сооружение, а также доля в праве общей собственности. Налоговая база по налогу на

имущество физических лиц определяется как инвентаризационная стоимость имущества по состоянию на 1 января года, являющегося налоговым периодом [3]. Инвентаризационная стоимость определяется органами технического учета и технической инвентаризации. Рассчитывается она с учетом: износа строения на дату производимой оценки, цен на стройматериалы (с учетом динамики роста цен), работ и услуг по его восстановлению (то же что и восстановительная стоимость). Исчисление стоимости строений, помещений и сооружений осуществляется по состоянию на 1 января каждого года на основе данных инвентаризации, проводимой в соответствии с действующим законодательством. Налоговая ставка варьируется от 0,1 % до 2 %, льготы устанавливаются по усмотрению местных органов самоуправления.

Ставки же налога на землю варьируется от 0,3 % до 1,5 % , но рассчитываются по кадастровой стоимости, которая зависит от инфраструктуры местности, цен недвижимости на рынке и представляет собой денежный эквивалент пользы, которую мог бы принести данный участок земли, если он будет использоваться по назначению. В то же время кадастровая оценка земли сельскохозяйственного назначения, в зависимости от региона, в 2—5 раз превышает её рыночную стоимость.

Несмотря на то, что объектом перечисленных налогов является недвижимость, данные налоги имеют различные методы исчисления — некоторые из них основаны на твердых ставках, другие же — на адвалорных (у налога на имущество физических лиц еще и прогрессивные). При этом налоговые базы рассчитываются исходя из разных стоимостных показателей, которые часто не отражают действительную цену недвижимости.

Для эффективного введения на всей территории РФ налога на недвижимость требуется: создание соответствующего правового и экономического пространства, создание и оформление реестра гражданских прав на объекты недвижимости, контроль за целевым использованием земель, автоматизированное ведение государственного земельного кадастра, учет возведенных и возводимых строений на подведомственной территории, разработка методов по предоставлению профессиональной оценки недвижимости в целях налогообложения, в результате наиболее подготовленные субъекты РФ без особых затруднений смогут перейти на консолидированный налог на недвижимость вместо взимания трех отдельных налогов.

Ставка по единому налогу не будет превышать 0,1% от рыночной стоимости недвижимости. Для людей, чьи доходы ниже прожиточного минимума, который определяется в целом по Российской Федерации

Правительством РФ ежеквартально на основании потребительской корзины и данных федерального органа исполнительной власти по статистике об уровне потребительских цен, и для людей метраж квартиры которых меньше 55 квадратных метров, будут предоставлены льготы, а налоговая ставка, возможно, будет составлять 0%.

Еще одним из не рассмотренных вопросов остается имущество, прилежащее к территории жилых домов — чердаки, санитарные зоны, детские и спортивные площадки, дворы, подвалы и другое — могут не являться объектами налогообложения. Хотя по закону, Жилищному кодексу РФ, жители многоквартирных комплексов, где действует ТСЖ, имеют долю в этом имуществе, пропорциональную площади квартиры. В следствие чего возникает множество спорных вопросов [3]. Возникает объективная необходимость в унификации методов налогообложения и земельного участка, и находящихся на нем строений.

В Российской Федерации в настоящее время не разработана и не утверждена соответствующая методология формирования и оценки объектов недвижимости, определяющая, в том числе, и понятие «недвижимого имущества» в целях налогообложения, что создает необходимость к поправке имеющихся законодательных актов.

Как и всегда в любой реформе, в любом нововведении есть две стороны, плюсы и минусы. Положительными моментами введения единого налога на недвижимость является то, что объединение таких налогов, как земельного и налога на имущество, должны снизить и сократить расходы на администрирование налога, при создании общей базы по объектам недвижимости с указанием их технических характеристик, будет разработан единый реестр, способствующий повышению управления и развития территории, появится более надежный, постоянный источник отчислений в местный бюджет на основе принципа справедливого распределения налогового бремени. С появлением постоянных поступлений в местный бюджет возможна реализация проектов по улучшению жизни граждан города, финансирования различных объектов инфраструктур.

В результате введения единого налога на недвижимость, также возможно возникновение серьезных проблем, таких как:

- Увеличение дополнительных расходов семейного бюджета может привести к социальному недовольству граждан, к снижению уровня жизни;
- Возможен рост предложений на рынке квартир, вследствие введения налога произойдет увеличение содержания квартиры, что будет невыгодно большинству граждан;

- Одновременно произойдет снижение спроса, приобретение недвижимости будет происходить лишь в крайней необходимости, способ выгодного вложения средств будет исчерпан;
- Возможна стагнация вторичного рынка, уменьшение сделок купли-продажи, аренды и т. д.;
- Отказ от строительства, особенно квартир, домов с большой жилой площадью. Новое жилье не будет востребовано из-за высокой конкуренции и низкого спроса, вследствие этого рыночная цена за 1 квадратный метр упадет, строительство приостановится;
- Произойдет замедление темпов развития малоэтажного строительства из-за высоких цен и больших затрат на материалы;
- Как следствие перечисленных выше пунктов — рост безработицы, снижение развитие и роста такой отрасли, как строительство, потеря интересных высокодоходных проектов.

Указанных выше негативные последствия можно избежать. Во-первых, налог должен быть «защитым», т. е. как в примере с налогом на бензин, который входит в стоимость бензина. Налог на недвижимость должен платить тот, кто действительно пользуется ей (эксплоатируют — тратят воду, платят за отопление, газ, свет). Из этого следует, что эффективнее всего было бы включить данный налог в стоимость оплаты коммунальных услуг, и брать с энергобыта, газовиков, теплоэнерго и водоканалов, без повышения тарифов на данные услуги.

Во-вторых, необходим «справедливый», прозрачный налог. Многие налоги воспринимаются как тяжелое бремя, ноша, потому что налог — это плата, трата денег. Когда вы тратите деньги и не видите результата, всегда возникают сомнения в целесообразности данных выплат. Для избежания этого налог на недвижимость должен быть прозрачен. Граждане смогут следить за целевым использованием их денег; если будет понятно, на благоустройство территории, ремонт дорог и т. п., то социальная напряженность при сборе налога будет сведена к возможному минимуму.

В-третьих, самая объективная мера любой недвижимости — это площадь в квадратных метрах, все остальное субъективно.

Подведем итоги, налог на недвижимость является важной мерой повышения уровня жизни населения, развития общества, благоустройства социально значимых категорий недвижимости. Налог на недвижимость — это новый шаг в системе налогообложения и экономики, однако его введение должно быть максимально «комфортным» для общества.

Для жизни уровень налогообложения должен рассчитываться с учетом платежеспособности населения, уровня доходов, и принципа

справедливого распределения налогового бремени, а также прозрачности налогообложения. Чем больше метраж жилья — тем больше сумма налога. Расчет и введение налоговых вычетов для единого налога на недвижимость, обеспечат социальную защиту населения, а также возможность переноса налогового бремени с низко- и средне-обеспеченных граждан на обладателей дорогих, престижных объектов недвижимости — все это послужит причиной в регулировании политики налогообложения с учетом интересов основной массы населения.

Планируется, что максимальный размер ставки будет установлен и определен федеральным законом (Налоговым кодексом), а конкретные цифры будут рассчитываться для каждого субъекта РФ местными властями. На сегодняшний день есть информация, что разработчики законодательства склоняются к ставке в 0,1 % от кадастровой стоимости недвижимости, но так ли будет на самом деле, не известно. Создание единого кадастра недвижимости, оценка налоговой базы обеспечат прозрачность и возможность управлять развитием недвижимости в жилищной сфере со стороны органов местного самоуправления [5].

Введение местного налога позволит совместить цели развития и застройки поселений, обеспечивая согласование интересов органов местного самоуправления, застройщиков, собственников жилья, но все это требует эффективного сложения средств, подготовительных работ, исследований, анализа и разработок. Высокие ставки налога на недвижимость могут оказать существенное влияние на стоимость жилых помещений, на соотношение спроса — предложения за счет повышения объема продаж квартир или домов большого метража.

Для успешного введения единого налога на недвижимость необходимо выполнить ряд условий: создание правового и экономического пространства, с помощью оформления реестра гражданских прав на объекты недвижимости, создание автоматизированного механизма ведения государственного земельного кадастра, создание профессиональной оценка недвижимости в целях налогообложения.

Введение единого налога на недвижимость по всей территории РФ существенно повлияет на формирование доходов местных бюджетов, на снижение числа налоговых платежей за счет их унификации, на справедливое распределение налогового бремени, на повышение уровня налогового управления, на укрепление основ эффективного налогообложения.

Список литературы:

1. Единый налог на недвижимость в России может быть введен в 2013 году // Российская газета. 19.10.2011. [Электронный ресурс] URL:<http://www.rg.ru/2011/10/19/nalog-nedvigimost-anons.html>
2. Жилищный кодекс РФ от 29.12.2004 № 188-ФЗ [принят ГД ФС РФ 22.12.2004, ред. от 06.12.2011, с изм. от 07.12.2011] // Справочно-правовая системы «Консультант Плюс»: [Электронный ресурс]/Компания «Консультант Плюс».
3. Налоговый кодекс Российской Федерации часть 2 от 05.08.2000 N 117-ФЗ [ред. от 06.12.2011] // Справочно-правовая системы «Консультант Плюс»: [Электронный ресурс] / Компания «Консультант Плюс».
4. Прогноз социально-экономического развития Волгограда на 2011 год и плановый период 2012-2013 годов//Портал Волгограда.[Электронный ресурс] URL:www.volgadmin.ru/ru/MPCity/Economics2010.aspx.
5. Проект Федерального закона N 51763-4 «О внесении изменений в часть вторую Налогового кодекса Российской Федерации и некоторые другие законодательные акты Российской Федерации» [ред., внесенная в ГД ФС РФ]/ Справочно-правовая системы «Консультант Плюс»: [Электронный ресурс] / Компания «Консультант Плюс».
6. Федеральный закон от 06.10.2003 N 131-ФЗ [ред. от 06.12.2011, с изм. от 07.12.2011] «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» [с изм. и доп., вступающими в силу с 05.01.2012]// Справочно-правовая системы «Консультант Плюс»: [Электронный ресурс]/Компания «Консультант Плюс».

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ НАЛОГА НА ДОБАВЛЕННУЮ СТОИМОСТЬ

Соловьева Наталья Евгеньевна

канд. экон. наук, старший преподаватель НИУ БелГУ, г. Белгород

E-mail: solovjeva@bsu.edu.ru

Лисицкий Дмитрий Сергеевич

бакалавр НИУ БелГУ, г. Белгород

В законодательных актах Российской Федерации при введении налога на добавленную стоимость (далее НДС) учитываются определенные особенности и закономерности в механизме его исчисления, связанные с уровнем социально-экономического развития

страны, а также с политическими факторами. Использование и распространение НДС характеризуется фискальными, экономическими и психологическими особенностями налога. Фискальные преимущества НДС включают в себя следующие элементы: высокая денежная доходность, так как практически каждый уплачивает данный налог не независимо от того, какой доход получает [1], обширность налогового бремени, включающая широкий диапазон товаров, работ, услуг, чем в других косвенных налогах.

Налог на добавленную стоимость создаёт нейтральность налогообложения при условии правильного применения данного налога. Основное влияние на доходность и эффективность НДС оказывает его распространение на все этапы производства и торговли, а также на все товары, работы и услуги. Это особенность налога используется для налогообложения торговых операций на международном рынке по принципу страны назначения. Структура НДС даёт возможность определить для экспортных товаров общую сумму налога к возврату (т. е. обеспечить их вывоз освобожденными от налогообложения). А иностранные (импортные) товары обложить налогом, аналогичным, что и для продукции, произведенной на территории Российской Федерации. Исходя из этого, можно сказать, что данная форма экономического «нейтралитета» имеет важное значения для правильного функционирования механизма международной торговли.

НДС равнозначен по отношению к торговым операциям внутри страны. Характерной особенностью НДС является то, что при исчислении данного налога не учитывается сколько раз продукция меняла своего владельца до того, как попала к потребителю, и какая часть стоимости была добавлена на том или ином этапе реализации.

Можно полагать, что НДС превосходит НДСФЛ в стимулировании накопления капитала. НДС не проявляет пагубного влияния на инвестиционные решения и решения в области занятости.

Налог на добавленную стоимость оказывает разнородное воздействие на различные отрасли экономики. Чем больше доля материальных затрат и доля выполненных работ и оказанных услуг сторонних организаций в совокупной стоимости произведенных товаров, тем меньшая сумма его оборота будет облагаться налогом. В неблагоприятных экономических условиях находятся трудоемкие отрасли экономики с высокой долей чистой продукции в валовом обороте.

Психологические особенности НДС состоят в том, что высокий уровень дохода от поступления достигается незаметно, так как конечные потребители неосознанно уплачивают налог на добавленную стоимость в стоимости товаров, благодаря этому, избегается

конфронтация с фактическими налогоплательщиками и уменьшается сопротивление общества при изменении налога.

Следует отметить, что НДС считается «антисоциальным налогом». Отрицательный фактор налога заключается в его регрессивности, так как более тяжелая налоговая нагрузка ложится на низкие доходы малообеспеченных граждан. Население приобретает одни и те же товары (работы, услуги) по одинаковым установленным ценам, включающим одинаковую сумму НДС, независимо от величины своих доходов, поэтому в расходах малообеспеченных суммы НДС составляют большую часть.

В процессе формирования федерального бюджета налог на добавленную стоимость играет главную роль. Однако он остается одним из самых сложных и проблемных налогов в налоговой системе Российской Федерации. Значительные издержки государства и бизнеса, связанные с администрированием НДС, проблемы, возникающие при его возмещении из бюджета, являются актуальными вопросами, связанные с реформированием и совершенствованием НДС. Налог на добавленную стоимость, является бюджетообразующим, поэтому, в процессе реформирования следует учитывать массу объективных факторов. Хотя это и трудоёмкий процесс, но плодотворный во всех планах. За годы с 1991 года по настоящее произошло позитивные изменения по НДС, которые сгладили отрицательные последствия первых лет взимания НДС:

- усовершенствовалась практика и методика взимания НДС, его исчисления приведено к стандартам, применяемых в европейских странах;
- приняты поправки в законодательстве, в отношении объектов обложения и освобождения от его уплаты, существенно позволили сократить возможности уклонения от уплаты;
- снижена основная ставка НДС (с 28 % до 20 %, затем до 18 %);
- преобразованы организационные структуры налоговых служб по функциональному признаку, что повышает эффективность осуществления налогового контроля;
- введены в практическое использование встречные налоговые проверки, позволяющие предотвращать необоснованные вычеты НДС и занижение налоговой базы;
- принята и усовершенствована документация (налоговая декларация, счета-фактуры) [1, с. 115].

Наряду с положительными изменениями в порядке исчисления и уплаты налога, остается множество нерешенных вопросов, связанные с дальнейшим реформированием НДС. Так, например: отражение

восстановления вычета НДС при экспорте; когда можно принять НДС к вычету при покупке объектов основных средств; могут ли налогоплательщики заявлять вычет НДС при ликвидации и демонтаже основного средства; надо ли выставлять счета-фактуры на сумму процентов по выданным займам; какие документы нужны для подтверждения применения нулевой ставки НДС при экспорте товаров; что если подтверждающие документы не собраны в срок при применении нулевой ставки НДС, также еще один из актуальных вопросов по оформлению действующей формы декларации по НДС, которая имеет не которые пробелы по учету торговых отношений внутри Таможенного союза и другие вопросы.

Одним из приоритетных направлений в совершенствовании НДС является переход на единую пониженную ставку НДС 10%, благодаря чему будет больше поступлений и меньше уклонений от уплаты. А для импортной продукции увеличить таможенную пошлину и акцизы на величину снижения НДС. Повышение таможенной пошлины будет способствовать экономическому укреплению отечественного рынка, т.к. увеличение стоимости импортных товаров приведет к снижению спроса на них и увеличит конкурентоспособность российских производителей. Тем не менее, данная мера может дать и отрицательный эффект, в виде замедления модернизации наукоемких отраслей. Увеличение стоимости современной импортной техники и т. д. При данной тенденции потери бюджета будут определяться снижением НДС только для отечественной продукции, реализуемой в России. Также можно отменить некоторые налоговые льготы, предусмотренные статье 149 НК РФ [2].

Снижение налоговой ставки налога на добавленную стоимость будет способствовать положительному снижению цен на потребительские товары, во-вторых, при снижении цен на реализуемые товары, возрастет спрос, а отрицательная черта это влекущий за собой рост инфляции.

Поэтому дальнейшее реформирование НДС следует проводить в направлении снижения ставки при сохранении ее дифференциации. Можно предположить, что при снижении стандартной ставки, есть риск привлечь дополнительный приток импорта в Россию, что отрицательно повлияет на конкурентоспособности аналогичных товаров, производимых и реализуемых на территории страны, особенно обрабатывающей промышленности и сельского хозяйства.

Таким образом, модернизация и администрирование налога на добавленную стоимость очень трудоемкий вопрос, который необходимо решать очень взвешенно, чтобы не навредить экономике страны (не допустить потерь доходов бюджета) и способствовать повышению производительности труда и росту валового внутреннего продукта.

Список литературы:

1. Захарьин В. Р. Налоги и налогообложение , учебник/ В. Р. Захарьин. — М.: Инфра-М, 2011 — 320 с.
2. «Консультант Плюс» — законодательство РФ: кодексы, законы, указы, постановления, нормативные акты. [электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: www.consultant.ru.
3. Налоговый кодекс Российской Федерации: Части первая и вторая офиц. текст. — М.: Омега-Л, 2012. — 716 с.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ФИНАНСОВОГО КОНТРОЛЯ, ПРОВОДИМОГО КОНТРОЛЬНО-СЧЕТНОЙ ПАЛАТОЙ РЕСПУБЛИКИ ИНГУШЕТИЯ

Тарихоева Марьям Муссаевна

канд. экон. наук, ст. препод. ИнгГУ, г. Назрань

E-mail: marina_tarsh@mail.ru

Среди актуальных общественных проблем вопросы финансового контроля всегда занимали особое место. От их решения во многом зависит то, какими путями, какими темпами осуществляется развитие общества, как обеспечивает государство социально-экономическое благополучие своих граждан и многое другое.

Строгий и действенный государственный контроль является неотъемлемым элементом демократического общества, правового государства. Такой контроль обеспечивает предоставление обществу объективной информации об использовании государственных финансовых ресурсов, что в свою очередь предполагает ответственность органов власти за законность и эффективность финансового управления.

Согласно Лимской декларации руководящих принципов контроля, принятой Конгрессом Международной организации высших органов финансового контроля в 1977 году, организация контроля является обязательным элементом управления общественными финансовыми средствами, так как такое управление влечет за собой ответственность перед обществом. Существенный шаг в области законодательного закрепления статуса контрольно-счетного органа, соответствующего мировому уровню, сделан в Республике Ингушетия с принятием 11 марта 2004 года решения о создании высшего органа финансового контроля — Контрольно-счетной палаты РИ и закона «О Контрольно-счетной палате РИ».

Результаты работы Контрольно-счетной палаты РИ за истекшие 8 лет свидетельствуют о направлении ее деятельности на защиту государственных интересов в области финансовой политики, осуществление и совершенствование контрольно-ревизионных мероприятий, экспертно-аналитической работы по исполнению доходных и расходных статей республиканского бюджета, выявлению и пресечению нарушений бюджетного и иного законодательства при расходовании бюджетных средств, использовании государственной собственности. Деятельность Контроль-счетной палаты РИ осуществляется в соответствии с планом работы, утвержденным на заседании Коллегии Контрольно-счетной палаты РИ.

За 2011 год Палатой осуществлено 18 контрольных мероприятий, в том числе в рамках заключенных соглашений о взаимодействии с надзорными и правоохранительными органами проведено 6 проверок. Контрольными мероприятиями охвачено 69 объектов, в том числе министерства, учреждения и организации.

Общий объем финансовых нарушений, выявленных в отчетном периоде, составляет 1242825,2 тыс. руб., из которых нецелевое использование средств — 23714,2 тыс. руб.; неэффективное использование — 262748,2 тыс. руб.; ущерб, нанесенный республиканскому бюджету — 25092,0 тыс. руб.; завышение стоимости выполненных работ — 28695,0 тыс. руб.; недостача товарно-материальных ценностей — 31192,2 тыс. руб.; средства, использованные с нарушением бюджетного законодательства и других нормативных правовых актов РФ и РИ — 833093,4 тыс. руб.; упущенная выгода — 32439,1 тыс. руб.; не поступило в бюджет республики — 5769,2 тыс. руб.; материальные ценности, неотраженные в балансе — 81,9 тыс. руб.

В целях реализации материалов проверки Контрольно-счетной палатой РИ в адрес руководителей проверенных объектов направлены 16 представлений о необходимости устранения выявленных нарушений. По материалам проверки к мерам дисциплинарной ответственности привлечено 8 должностных лиц.

Согласно требованиям Закона Республики Ингушетия «О должностных лицах, уполномоченных на составление протоколов и рассмотрении дел об административных правонарушениях» № 53-РЗ от 30 октября 2010 года на должностных лиц проверенных объектов, допустивших нецелевое расходование бюджетных средств, в 2011 году составлено и направлено в адрес Министерства финансов РИ 12 протоколов. По результатам рассмотрения указанных протоколов на 10 должностных лиц наложены административные штрафы на общую сумму 40,0 тыс. руб.

Более того, в соответствии со ст. 289 Бюджетного кодекса РФ в Министерство финансов РИ также направлено 8 представлений с требованием сокращения лимитов финансирования бюджетополучателям, допустившим нецелевое использование средств республиканского бюджета, на общую сумму 6966,1 тыс. руб. На основании указанных представлений возвращены в республиканский бюджет средства в размере 1762,1 тыс. руб.

Все материалы проверок для принятия соответствующих мер переданы в органы прокуратуры и следственного комитета. По результатам рассмотрения материалов Прокуратурой РИ направлено 9 предписаний об устранении нарушений закона в адрес руководителей проверенных министерств, ведомств и организаций.

С учетом того, что одной из основных целей контрольных мероприятий является профилактика правонарушений в бюджетной сфере, сотрудниками Контрольно-счетной палаты РИ периодически проводятся совещания с участием ответственных работников и должностных лиц проверенных объектов.

В рамках осуществления экспертно-аналитической деятельности Контрольно-счетной палатой РИ в прошедшем году проведена работа по проведению экспертиз и подготовке свыше 40 заключений на проекты нормативно-правовых актов Республики Ингушетия, регулирующих вопросы в области экономики, финансов и республиканских целевых программ.

Совершенствование государственного финансового контроля в условиях реформирования бюджетного процесса требует, помимо изменений и дополнений базового законодательства, решения такой актуальной проблемы, как принятие в законодательном порядке стандартов контрольной деятельности органов государственного контроля. В Ингушетии, исходя из опыта зарубежных стран, должна быть создана единая унифицированная система стандартов контрольно-ревизионной и экспертно-аналитической деятельности, органично объединяющая все виды, разновидности и направления финансового контроля.

Кроме того, необходим поиск новых неординарных подходов к проведению проверки, новых ее направлений. Так, например, сложившейся экономической ситуацией продиктована необходимость проведения проверок соблюдения установленных норм при заключении государственных и муниципальных контрактов. Актуально и проведение оценки использования бюджетных средств по конечному результату, то есть проведение проверки с элементами аудита эффективности.

Проведение аудита эффективности в Республике Ингушетия — процедура не простая. Аудит эффективности использования государственных средств по сравнению с традиционными финансовыми проверками имеет более сложную методологию проведения, требует достаточно больших трудовых затрат и времени. Для полного внедрения процедуры в республике требуется ряд условий, в том числе соответствующая правовая база, разработка стандартов, переход организации бюджетного процесса на принципы бюджетирования, ориентированного на результат.

Совершенствование финансового контроля, осуществляемого Контрольно-счетной палатой РИ, также необходимо осуществлять на базе новых информационных технологий в соответствии с требованиями и текущим состоянием информационных ресурсов органов исполнительной власти. Создание информационной системы позволит работникам Контрольно-счетной палаты проводить обобщение и анализ информации, благодаря чему диагностировать состояние финансовых ресурсов республики, выявлять опасные тенденции и проблемы в сфере управления бюджетными средствами.

Совершенствование финансового контроля, осуществляемого Контрольно-счетной палатой РИ, целесообразно проводить также по следующим направлениям:

- повысить ответственность бюджетополучателей за использование средств бюджета РИ не по целевому назначению;
- расширить статью Кодекса об административных нарушениях, где ответственность за отказ или уклонение от своевременного предоставления информации должна наступать не только за неисполнение требований Контрольно-счетной палаты РИ, но и требований муниципальных органов власти;
- закрепить за Контрольно-счетной палатой РИ право на наложение штрафных санкций за нарушения в области использования средств федерального бюджета не по целевому назначению;
- более масштабно использовать аудит эффективности.

Реализация предложенных направлений совершенствования финансового контроля, осуществляемого Контрольно-счетной палатой Республики Ингушетия, позволит обеспечить функционирование государственного финансового контроля как целостной системы и поднять на новый качественный уровень управление государственными финансовыми ресурсами и организацию бюджетного процесса.

Список литературы:

1. Бюллетени Счетной палаты Российской Федерации [электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: www.ach.gov.ru/ru/info-bull/.
2. Данные Министерства финансов Российской Федерации [электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: www.minfin.ru.
3. О Счетной палате Российской Федерации: Федеральный закон Российской Федерации от 11 января 1995 года № 4-ФЗ (в ред. изм. и доп.).
4. О Контрольно-счетной палате Республике Ингушетия: Закон Республики Ингушетия от 28 сентября 2011 года.
5. Отчет о работе Контрольно-счетной палаты Республики Ингушетия за 2011 год [электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: www.kspri.ru.

СЕКЦИЯ 13.

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ

НЕКОТОРЫЕ ПРОБЛЕМЫ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА РЕГИОНА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Горбань Владимир Витальевич

аспирант, Марийский государственный университет, г. Йошкар-Ола

E-mail: mitsuvo@mail.ru

Исторически сложилось, что Россия — государство с высоким уровнем централизации функций управления. Причиной этого являются свои объективные причины, связанные с национально-государственными традициями, обусловившими государственное устройство и единство хозяйственно-экономического комплекса страны. Российские регионы при этом выступали своеобразными структурными подразделениями единой организации, имея свою специализацию, сориентированную на решение так называемых общенародных задач. Не удивительно, что постоянная неудовлетворенность нарастала, развивались противоречия между центром и регионом. В переходный период от жесткой планово-директивной и распределительной системы к рыночным отношениям проявились многие новые проблемы, а прежние противоречия обострились. За ними последовали процессы разрушения былой односторонности и единства общеэкономического народнохозяйственного пространства.

Одна из главных проблем — агропромышленный комплекс. В России, как и большинстве стран СНГ, институт эффективного управления сельским хозяйством развит плохо. Исторически это обоснованно большой территорией и неровным расселением людей на протяжении всей Российской Федерации.

В новое время научно-агрономическое знание возродилось на более содержательной научно базе. В основе отечественной сельскохозяйственной производственной культуры долгое время находилась консервативная по своей природе народная агрономия.

Несмотря на то, что продуктами сельского хозяйства живет всё население России, и часть отправляется на экспорт, и, несмотря на более высокое плодородие некоторых почв, в отличие от Европы, почти везде присутствует первобытные приемы культуры. Число людей обладающих научными знаниями по совершенствованию аграрной деятельности хоть и велико, но крайне низок процент среди этих людей может поспособствовать распространению этих знаний среди населения. Рациональные приемы земледелия и эффективное использование имеющихся земель должно быть первоочередной задачей для повышения уровня агропромышленного комплекса. Все эти задачи могут быть выполнены только при помощи основательного сельскохозяйственного образования. Лица, получившие такое образования необходимы во всех сферах связанных с АПК, будь то хозяева земли, владельцы торговых сетей работающих с фермерами или члены правительства. Смотрители и разного рода техники по сельскому хозяйству, для подачи населению советов и указаний в различных ситуациях и, наконец — как исполнительные органы правительства в центральных учреждениях и на местах [3]

В условиях жесткого аграрного кризиса, очевидно, что при стремительно капитализации промышленности, и, соответственно, стремление к приобретению новой сельскохозяйственной техники и обширным нововведениям, при имеющейся отсталости хозяйства невозможно конкурировать на мировом рынке с развитыми державами Европе и Азии.

В условиях трансформации централизованных структур власти и принципов управления с соответствующим перераспределением предметов ведения и полномочий в пользу регионов проблемы регионального развития должны войти в число приоритетных задач научного анализа разработки теоретических и методологических аспектов управления в сложных социально-экономических системах. В многочисленных программах реформирования региональная политика рассматривается как органическая часть общей социально-экономической политики государства, синтезирующая ее разнообразные региональные составляющие. С другой стороны, хозяйство региона является подсистемой народнохозяйственного комплекса, которая функционирует в соответствии с общими требованиями развития отечественной экономики с учетом наиболее характерных региональных особенностей. Подобный характер взаимоотношений обуславливает необходимость разграничить полномочия между федеральным центром и субъектами федерации, сформулировать и нормативно закрепить принципы их взаимодействия. Важнейшими принципами

формирующейся системы межрегиональных отношений должны быть, устойчивость как обязательное условие воспроизводства потенциала территории в режиме сбалансированности и социальной ориентации, равномерность регионального развития, т. е. соблюдение пропорций всех составляющих потенциала региона с целью устойчивого развития.

Конкурентоспособность региона определяется как наличием тех или иных конкурентоспособных отраслей или сегментов отрасли, так и способностью региональных органов власти создать условия региональным предприятиям для достижения и удержания конкурентного преимущества в определенных областях.

Ведущая роль в достижении конкурентной устойчивости региона принадлежит кластерам — сконцентрированным по географическому признаку группам взаимосвязанных предприятий, специализированных поставщиков услуг, а также связанных с их деятельностью некоммерческих организаций и учреждений в определенных областях, конкурирующих, но вместе с тем и взаимодополняющих друг друга. Именно кластеры создают критическую массу, необходимую для конкурентного успеха в определенных отраслях.

Поэтому одна из задач в системе повышения конкурентоспособности региона — выявить потенциал кластеризации региона [4]. Объединений по территориальному земельному признаку является наиболее важным фактором для улучшения товаропроизводственного потенциала субъекта. Планомерное развитие хозяйства по выращиванию только нескольких видов культур намного повышает эффективность использования земель и продукции, когда другие хозяйства повышает урожайность и качество другой сельскохозяйственной продукции. Опыт и знания современных тенденций по производству могут повысить общий уровень хозяйства более чем в три раза. Остаётся вопрос о конкуренции товара одного агропромышленного кластера с товаром другого кластера. Но в условиях жесткого аграрного кризиса невозможна конкуренция.

Регионы в России исторически образовались по административно-территориальному принципу, который во многом сохранил свое доминантное значение и сегодня. Это существенно определяет содержание, стиль и методы управления регионом и продуцирует многие проблемы не только в настоящем, но и неизбежно в будущем времени.

Экономическая включенность региона в процессы межрегионального взаимодействия при условии реализации экономических интересов преимущественно в межрегиональном пространстве свидетельствует о том, что экономическая целостность

исторически сложившихся российских регионов преимущественно как административно-территориальных может отсутствовать.

Анализ некоторых проблем агропромышленного комплекса региона позволяет заключить следующие выводы:

1. Необходимость к кластеризации регионов в сфере агропромышленного комплекса. Приоритетной задачей должно стать поиск и разработка инновационных систем управления, которые позволяют ориентировать управляемый регион на постановку и выполнение стратегических целей.

2. Повышение уровня знаний и подготовки кадров в сфере АПК. Достижение высокого уровня знаний и мировых инноваций в сельскохозяйственной деятельности могут критически повлиять на развитие комплекса в России.

3. Перевести большую часть обязанностей с федерального уровня на местный. Это позволит более точно и эффективно вкладывать инвестиции в сельское хозяйство. При этом у самых землевладельцев появляется больше свободы и собственной власти.

Список литературы:

1. Добренькова Е. В., Ефимова Е. М. Менеджмент: инновационные технологии. Москва: ГИТР, 2001. 421 с.
2. Портер М. Конкуренция: пер. с англ. Москва.: Вильямс, 2005. 608 с.
3. Плаксин В. Н. Воронежский сельскохозяйственный институт: Трагические страницы Истории. Воронеж:Истоки, 2001. — 217 с.
4. Румянцева З. П. Общее управление организацией: принципы и процессы. Москва: ИНФРА-М, 2000. 503 с
5. Скоч А. В. Эффективность кластеризации региональной экономики // Экономические стратегии. 2007. № 5—6. С. 156—159.

ИМПЕРАТИВЫ РАЗВИТИЯ ПРОСТРАНСТВЕННО-ЛОКАЛИЗОВАННЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ

Дианова Вероника Александровна
ст. преподаватель ЮИИМ, г. Краснодар
E-mail: baron@mail.kuban.ru

Под императивами развития пространственно-локализованных экономических систем (ПЛЭС) принято подразумевать категорические, безусловные, непреложные требования, диктуемые объективными экономическими законами и противоречиями применительно к определенной конкретно-исторической ситуации и на определенной территории. Будучи закономерными и абсолютными по своей природе, императивы обязательны и неукоснительны. Какой бы то ни было компромисс с ними невозможен: они либо всецело и безоговорочно выполняются, и тогда социально-экономическая система движется по восходящей спирали, либо игнорируются, результатом чего являются стагнация и откат вспять.

С фатализмом императивы отождествлять нельзя, поскольку они не обладают способностью автоматически разрешать противоречия и не являются движущей силой общества. Значение их состоит в ином — правильно осознанные и верно выраженные, они точно указывают на то, какие именно проблемы подлежат непосредственному разрешению и какое направление задано социально-экономическому процессу [1].

Императивы действительно опосредуют связь между объективными и субъективными факторами развития, но если только адекватно осознаны и воплощены в проводимой социально-экономической политике.

Императивы ПЛЭС связаны с современной ресурсной базой, используемой для получения экономического развития. Это процесс, который может развиваться различными темпами в разное время, но является непрерывным. Характеристика развития состоит в «сокращении уязвимости внезапными изменениями производственной технологии и рыночного окружения» [2]. Это предполагает создание гибкой, разнообразной и вводящей новшества экономики. Экономическое развитие тесно связано, с понятием экономического роста. Но это не тождественные процессы. Экономический рост может происходить без развития, а развитие может происходить без роста.

Рост обозначает расширение экономической деятельности, в то время как развитие может быть достигнуто без расширения экономической деятельности. Развитие — более широкое понятие, но на практике разграничить эти понятия крайне трудно. Когда происходит рост, то могут наблюдаться небольшие изменения в институтах, поведении и технологии. Развитие же требует основных перемен во всех этих сферах.

Развитие — многомерное понятие, включающее в себя не только рыночные ценности, но и заботу о справедливости и благосостоянии, а также способность местного хозяйства адаптироваться к изменениям.

Развитие как социальное изменение не происходит само по себе, а связано с разработкой политики определенной мировоззренческой направленности. Изменения не нейтральное понятие. Изменения, улучшающие многое для некоторых, совсем не обязательно улучшают многое для всех. Поэтому люди подходят к их оценке по-разному, в зависимости от своего места в социальной структуре, доступности для них ресурсов, своих способностей.

Наиболее типичными императивами развития ПЛЭС являются: модификация производственных факторов; лучшее использование имеющихся ресурсов; изменение структуры и функции существующих институтов; изменение отношений и ценностей населения.

Эти императивы означают изменение образа жизни большей или меньшей части населения. Это обуславливает то, что развитие ПЛЭС должно быть императивным.

В связи с этим положением рассмотрим те объективно обусловленные решения, которые видятся первоочередными, приоритетными и доминантными по своей значимости. Развитие как рост означает такие структурные изменения, которые ведут к технологическому прогрессу, повышению качества продукции и улучшению распределения товаров и услуг.

Традиционный подход рассматривает развитие территории во взаимосвязи с развитием производства [3]. Отсюда показатели развития территории лежат в области производственного потенциала. При таком подходе исчезает различие между целью развития — изменениями, несущими улучшение условий жизни населения (личные доходы, занятость, благоустройство), — и средствами ее достижения. Последние могут быть не только экономическими (например, дополнительные инвестиции в строительство предприятий и т. д.), но и организационными (например, создание ассоциаций предпринимателей, экспортеров, развитие информационной базы, информационных центров, которые способствуют принятию местными органами власти

и предпринимательскими структурами оптимальных решений, совершенствование законотворческой деятельности, зонирование и т. п.).

Развитие производственного потенциала нами рассматривается лишь как императив, причем не единственный и зачастую не самый главный в деятельности органов местного управления. Последние должны заботиться, прежде всего, об оказании услуг населению, создании условий для полной занятости местного населения и, таким образом, удовлетворении нужд людей в товарах, услугах и условиях жизни сообщества: населения, территории, социальное и психологического взаимодействия.

Таким образом, императивы развития предполагают такие социальные перемены, которые обеспечивают равные возможности более широкому кругу людей воспользоваться общественными благами (образование, здравоохранение, жилье, участие в принятии политических решений и др.). Именно поэтому в современной трактовке развитие рассматривается только с позиций социального результата — улучшения качества жизни [4]. Последнее включает широкий спектр ценностных ориентаций: от улучшения питания и здоровья до обеспечения большей степени равенства возможностей, личной свободы и богатства культурной жизни. Чтобы лучше представить сущность социальных императивов развития, нужно разграничить социальные и экономические процессы. Экономические цели и результаты выражаются в совершенствовании использования факторов производства, а социальные — в присвоении социальных ценностей (материальных и духовных благ), в развитии человеческой личности и совершенствовании социальных отношений.

Таким образом, сущность социальных императивов развития означает, прежде всего, знание реальных потребностей людей, обеспеченности социальными услугами, условий их жизни в различных населенных пунктах. Для этого необходим постоянный экономический анализ ПЛЭС.

Анализ экономического состояния предполагает выявление экономических потребностей и нереализованных возможностей, принятие решения о том, что можно и следует сделать для улучшения экономического положения и затем двигаться к достижению согласованных экономических целей и задач. Это не что иное, как исследование местного сообщества как экономически целого образования и определение его реакций на внутренние и внешние стимуляторы.

Анализ экономики ПЛЭС предполагает выявление проблем, ресурсов и определение альтернативных действий, т. е. решение возникающих проблем экономического развития. Главное внимание

при этом уделяется техническому и структурному анализу ПЛЭС. При этом учитывается весь спектр экономических, политических, социальных и институциональных составляющих местного сообщества. Экономическое развитие территории — это динамичное понятие, связанное с движением и изменением — с определением препятствий и использованием возможностей.

Источником изменений могут быть как внешние, так и внутренние импульсы. Развитие может быть вызвано, например, такими внешними потрясениями, как резкое изменение цен на энергоносители или крупные сдвиги в технологии, которые дестабилизируют экономику и разрушают сложившиеся связи между отдельными ее секторами, вызывая необходимость институциональных и/или структурных изменений. Местные сообщества могут по-разному реагировать на эти перемены и обладают разной способностью адаптироваться к ним. Сообщества, не способные адекватно реагировать на происходящие перемены, попадают в разряд так называемых «районов бедствия». Напротив, сообщества с развитой адаптивной способностью могут воспользоваться преимуществами складывающейся ситуации, укрепить свои позиции в конкурентной борьбе с другими сообществами и извлечь для себя выгоды.

Изменения могут вызываться и внутренними факторами, связанными с осознанием неудовлетворенных потребностей местного населения и стремлением повысить его благосостояние. Но и в этом случае также возникает необходимость совершенствования механизма реагирования на местные нужды. Экономическое развитие не является синонимом промышленного развития. Развитие ПЛЭС охватывает не только промышленную деятельность, но и другие формы предпринимательства, управление и организацию.

Список литературы:

1. Губанов С. Императивы развития / С. Губанов // *Экономист*. - 2008. — № 2. — С. 3—15.
2. Ильин И. А. Экономика городов: региональный аспект развития. М.: 2003. 148 с.
3. Лексин В., Швецов А. Региональная политика России: концепции, проблемы, решения. Статья десятая. Смысл и механизмы государственного регулирования территориального развития // *РЭЖ*. 2007. № 3—4.
4. Пайкин Б. Р., Киниченко О. А. Проблемы формирования, использования и развития экономической базы муниципальных образований в условиях местного самоуправления / Проблемы преобразования и регулирования социально-экономических систем. — СПб, 2006. С. 86—91

ПРОБЛЕМЫ В РАЗВИТИИ И ФУНКЦИОНИРОВАНИИ РАБОТЫ ИНФОРМАЦИОННО-КОНСУЛЬТАЦИОННОЙ СЛУЖБЫ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИИ

Дымов Антон Дмитриевич

аспирант, Курский государственный университет, г. Курск

E-mail: mari9332@yandex.ru

В настоящее время в России в условиях реформирования экономики перехода на рыночные отношения у работников агропромышленного комплекса возникает потребность в получении новой информации, в том числе об инновационных разработках и производственном опыте, эффективное использование которых позволит перевести производство на более высокий организационный и технологический уровень. Развитие информационной деятельности и знаний в современном мире наряду с материальными и энергетическими ресурсами становится одним из главных направлений стабилизации производства, создания наукоемкой продукции.

Товаропроизводителям необходимо обладать оперативной, доступной и достоверной информацией о различных аспектах функционирования рынка. Для этого в регионах создаются информационно-консультационные службы сельского хозяйства. Информационно-консультационные службы являются единой совокупностью взаимосвязанных хозяйственных отношений и организационных структур, которые сформировались в условиях рынка. Суть их деятельности заключается в оказании нематериальной помощи сельскохозяйственным производителям в решении проблем, с которыми они не могут справиться самостоятельно [1].

С развитием данной отрасли все больше сельскохозяйственные товаропроизводители признают информационно-консультационные услуги в качестве товара и готовы платить за них денежные средства. Однако из-за низкой платежеспособности сельхоз товаропроизводителей часть услуг оказывается на льготных условиях (10—50 % от их полной стоимости). Как показывает практика, меньше всего, к сожалению, сельскохозяйственные организации и хозяйства платят за услуги консультирования касаясь растениеводства и животноводства и в большей мере — за консультации по бухгалтерскому учету. Так специалисты информационно-консультационной службы обеспечивают доведение до производителей и переработчиков сельскохозяйственной продукции, их партнеров

интересующие их знания в области сельхоз производства, менеджмента, маркетинга, снабжение правовой информацией.

Однако наряду с развитием информационно-консультационных служб сельского хозяйства возникает ряд проблем и недостатков их функционирования, сдерживающие эффективность информационного обеспечения и не позволяющие ей в полном объеме реализоваться в качестве важнейшей компоненты рыночной экономики.

Одной из важных нерешенных проблем является наличие многих недостатков в функционировании информационно-консультационной службы на региональном уровне. Она отсутствует в 30 % регионов, слабо ведется работа местных органов по развитию и улучшению каналов связи. Региональные информационно-консультационные центры малоактивны в подготовке и реализации региональных и муниципальных программ. Одна из серьезных проблем этого уровня — недоукомплектованность многих региональных информационно-консультационных центров квалифицированными специалистами.

На районном уровне информационно-консультационные центры в нашей стране имеют недостаточное методологическое и программное обеспечение. Сегодня становится острой проблема финансирования информационных служб. Мировой опыт показывает, что на первых этапах своего развития служба оказывает безвозмездные услуги. А затем в условиях стабильного развития сельского хозяйства, пользующегося государственной поддержкой, переходит к оказанию платных услуг. К сожалению, в нашей стране большинство сельхозтоваропроизводителей не могут оплачивать такие консультации.

Большинство региональных служб не ведут мониторинг потребностей сельхозпроизводителей и практически не оказывают влияния на формирование заказов для науки, способствующих решению проблем сельскохозяйственных товаропроизводителей, необходимых рыночному производству. Крайне медленно формируется сеть районного уровня.

Отсутствие оперативной, достоверной информации затрудняет также работу информационно-консультационной службы, что требует на сегодняшний день создания оптимальных условий для удовлетворения информационных потребностей сельскохозяйственных товаропроизводителей на основе использования информационных технологий, в которых реализованы функции сбора, хранения, обработки и передачи информации. Таким образом, автоматизация работы информационно-консультационной службы на основе современных информационных технологий, использование базы данных во взаимодействии с экономико-математическими методами являются важным фактором роста производительности консультанта.

Низкое бюджетное финансирование либо отсутствие его не позволяет обеспечить необходимую материально-техническую базу служб информационно-консультационного обеспечения и комплектование их высококвалифицированными кадрами. Отсутствие средств на подготовку и содержание высокопрофессиональных кадров привело к тому, что не работают на постоянной основе консультанты по животноводству, растениеводству и другим производственным отраслям.

На начальном этапе развития и функционирования информационно-консультационным службам сельского хозяйства необходимо иметь бюджетное финансирование деятельности с предоставлением права взимать плату за услуги. При этом важно найти компромисс при распределении вырученных средств между долями средств направляемых на дополнительное поощрение специалистов и между долями, направляемыми на дальнейшее развитие самой информационной службы. Такое соотношение оптимально на наш взгляд в пределах 1:2. На сегодняшний день любая попытка стимулировать развитие платных услуг в информационно-консультационной службе сельского хозяйства ведет только к тому, что консультационные услуги начинают перемещаться в город.

На примере Курской области видно, что финансирование информационно-консультационных центров происходит в основном из муниципальных бюджетов (таблица 1).

Таблица 1

Финансирование деятельности центров сельскохозяйственного консультирования Курской области, тыс. руб.

Источники финансирования	Годы			В % 2011г к 2009
	2009	2010	2011	
Из федерального бюджета	-	-	-	-
Из регионального бюджета	-	-	-	-
Из муниципального бюджета	3572,3	1693	3065,7	85,81
Внебюджетные источники:	86,3	7	312,8	362,45
Из них платные услуги	86,3	7	312,8	362,45
Итого	3658,6	1700	3378,5	92,34

Современные информационно-консультационные службы агропромышленного комплекса основываются на применении информационных и компьютерных технологий. Однако сельские территории не имеют возможности использовать в своей деятельности компьютерную технику. Недостаточно применяются компьютерные технологии в органах государственного управления сельским

хозяйством регионов. Часто доступ к информационным ресурсам самих товаропроизводителей отсутствует.

Сегодня концепция информационно-консультационного обеспечения АПК находится в стадии формирования и поиска.

Таким образом, становится важной необходимостью разработки программы информационно — консультационного развития регионов, которая позволит:

- повысить конкурентоспособность продукции сельских товаропроизводителей за счет использования в сельскохозяйственном производстве новых технологий, привлечения к производственному процессу квалифицированных специалистов;
- обеспечить реализацию государственной аграрной политики и научно-технический прогресс в отрасли;
- способствовать развитию и укреплению рыночной экономики в отрасли;
- расширить возможности интеграции в общероссийскую и мировую систему аграрной экономики.

Целью такой программы является создание единого информационного пространства агропромышленного комплекса в стране, формирование и актуализация баз данных, отвечающих потребностям сельских товаропроизводителей, разработка и освоение новых информационных технологий, развитие систем телекоммуникаций, улучшение каналов связи.

Формирование нормативной базы на современном этапе значительно отстает от реальных ее потребностей. Отдельные законы, принятые на федеральном уровне лишь в некоторой степени затрагивают деятельность подобных служб. Такие законы не затрагивают основополагающих аспектов деятельности информационных служб в агропромышленном комплексе, законодательно не утверждают ее статус, позволяющий стать полноценным звеном рыночной экономики. Кроме того данные законы не достаточно обеспечивают законодательную регламентацию информационного и консультационного обеспечения субъектов аграрного сектора экономики.

Во многом создание нормативной и методической базы станет важным условием результативной работы службы информационно-консультационного обеспечения.

Список литературы:

1. Юрьева Г. И. Региональная система информационно-консультационного обеспечения АПК. Москва. — 2008.

РАЗВИТИЕ АЛЬТЕРНАТИВНЫХ ИСТОЧНИКОВ ЭНЕРГИИ В АЛТАЙСКОМ КРАЕ

Исаева Наргиз Исаевна

*студент 4 курса АлтГУ, г. Барнаул
E-mail: nargizka.ru@mail.ru*

Горбунова Алла Юрьевна

*канд. экон. наук, доцент кафедры антикризисное управление, оценки
бизнеса и инноваций АлтГУ, г. Барнаул*

В настоящий момент осуществляется уверенное развитие альтернативной энергетики в мире. Всё большее число стран понимают, что природные ресурсы не бесконечны и начинают осуществлять конкретные действия по внедрению технологий, использующих возобновляемые источники энергии для производства электричества и тепла. Что касается России, то альтернативная электроэнергетика за последние 2 года продвинулась вперёд не сильно.

Развитие возобновляемых источников энергии для Алтайского края является особо актуальной, стратегической задачей.

Несмотря на то, что энергосистема Алтайского края в целом работает устойчиво, обеспечивая энергоснабжение потребителей, энергетическая безопасность в энергетической стратегии Алтайского края на период до 2020 года оценивается как предкризисная. На сегодняшний момент энергосистема Алтайского края имеет дефицит собственной мощности. Собственными генерирующими мощностями обеспечивается всего 60 % общей потребности, соответственно 40% электроэнергии Край покупает у других регионов. Во-вторых, основной проблемой функционирования генерирующих мощностей Алтайского края является высокая степень морального и физического износа основных фондов электростанций, который достигает 70 % [1].

Данная энергозависимость и необходимость в постоянном ремонте устаревшего оборудования негативно сказывается на тарифах на электроэнергию в регионе. По состоянию на 2010—2011 г. в Алтайском крае тарифы на электроэнергию одни из самых высоких в Сибирском Федеральном округе [3]. Поэтому развитие собственных источников энергии является приоритетной задачей в развитии экономики региона.

Администрация Алтайского края давно работает в этом направлении. Так 12 июня 2011 г. была разработана программа развития электроэнергетики Алтайского края на 2012—2016 года.

Данная программа предусматривает внедрение и развитие следующих видов возобновляемых источников энергии: малая гидроэнергетика, энергия ветра, биоэнергетика, энергия солнечной радиации.

Стоит отметить, что по оценкам экспертов для Алтайского края наиболее перспективными направлениями использования возобновляемых источников энергии являются освоение гидроэнергетического и ветроэнергетического потенциалов.

Гидроэнергетический потенциал рек Алтайского края способен в значительной степени уменьшить дефицит электроснабжения удалённых от существующей энергосистемы сельских районов, а также районов с физически изношенными линиями электропередачи [1].

Перечень перспективных малых ГЭС Алтайского края включает 26 потенциальных объектов с суммарной установленной мощностью 404 МВт. Фондом развития возобновляемых источников энергии «Новая энергия» в 2011 г. было принято решение о реализации пяти пилотных проектов малых ГЭС в Алтайском крае на реках Песчаной, Ануй и Чарыш общей установленной мощностью 76,0 МВт [2].

Второе перспективное направление — это ветроэнергетика. Города и районы, на территории которых планируется реализация проектов по сооружению ветрогенерирующих установок, приведены в таблице представленной на слайде.

Наиболее благоприятными для размещения ветроэнергетических установок являются территории со среднегодовой скоростью ветра более 4 м/с. К таковым относятся города: Алейск, Барнаул, Белокуриха, Камень-на-Оби, Рубцовск, Славгород; районы: Волчихинский, Завьяловский, Ключевский, Кулундинский [1].

Однако, несмотря на то, что многие компании выразили готовность развивать альтернативную энергетику в крае, статистические данные указывают, что за 2009—2010 года электроэнергии от альтернативных источников энергии произведено не было.

Что касается России в целом, то доля возобновляемых источников энергии в структуре энергетического баланса составляет менее 1 % [6]. Для сравнения в 2010 году возобновляемые источники энергии почти на 26 % обеспечили потребность Китая в электроэнергии, в Дании на 20 %, в Германии на 14 %, в США на 12 %.

Отсюда можно сделать вывод о том, что в России существуют проблемы внедрения и использования возобновляемых источников энергии, которые стоит учесть Алтайскому краю при их развитии.

Эксперты выделяют следующие проблемы:

Во-первых, неразвитость законодательных механизмов взаимодействия региональных и федеральных ведомств, заинтересованных в

развитии альтернативной энергетики, отсутствие понятных для инвестора правил игры на рынке [4].

Во-вторых, в условиях отсутствия инвестиционного интереса не развивается инфраструктура российской альтернативной энергетики — нет достаточного количества и качества исследовательских работ, отсутствует мониторинг отрасли, не проводится обмен информацией, не готовятся кадры.

В-третьих, в России слишком сильно нефтегазовое лобби, поэтому альтернативная энергетика в стране не прогрессирует [7].

Однако, согласно данным Института мировых ресурсов и других международных организаций, запасов жидкого ископаемого топлива в России осталось на одно, два поколения, угля и урана на два, четыре поколения жителей [8]. Из этого можно сделать вывод, что России особенно важно развивать возобновляемые источники энергии уже сейчас, а Алтайскому краю в особенности, так как все тепло и электростанции края работают на привозном угле, что также делает наш край энергозависимым от других регионов.

И для эффективного развития альтернативной энергетики стоит учесть опыт стран, которые активно и успешно используют возобновляемые источники энергии, путем поддержки производителей энергии.

Мировой опыт показывает, что первоначальный толчок к развитию альтернативной энергетики должен быть дан государством. В России же никакой поддержки этом сектору энергетической отрасли практически не оказывается. В федеральном бюджете на 2010 год не было заложено никакой финансовой поддержки проектам возобновляемых источников энергии. Не предусмотрены никакие субсидии на развитие альтернативной энергетики и в бюджете на 2011, 2012 и 2013 года. Небольшое финансирование разработки технологий возобновляемых источников энергии осуществлялось только в рамках проекта развития нанотехнологий [5].

Поэтому для эффективного внедрения возобновляемых источников энергии в Алтайском крае необходимо разработать систему поддержки региональными властями производителей, развивающих альтернативные источники энергии. В частности могут быть приняты такие меры как:

1. Предоставление льгот на ввозимое оборудование для возобновляемых источников энергии;
2. Компенсация за установку возобновляемых источников энергии, либо субсидирование кредита на их установку;

3. Осуществление дотаций за каждый производимый киловатт электроэнергии или каждую производимую килокалорию тепловой энергии на возобновляемых источниках энергии.

В заключении стоит сделать выводы о том, что стратегическое направление по развитию возобновляемых источников энергии имеет большой потенциал в Алтайском крае и действительно принесет огромный экономический эффект, который позволит снизить энергозависимость от соседних регионов, повысить надежность энергоснабжения удаленных потребителей энергии и развить инновационную составляющую экономики края. Однако, необходимо наладить механизм поддержки на региональном уровне производителей, готовых развивать альтернативные источники энергии. Иначе заинтересованности у производителей не будет, как это и происходит на данный момент. Данное направление должно быть поддержано и на федеральном уровне, иначе Россия еще долго не слезет с нефтегазовой иглы.

Список литературы:

1. Постановление Администрации Алтайского края об утверждении краевой программы «Улучшение инвестиционного климата в Алтайском крае на 2011—2016 годы»;
2. Постановление Администрации Алтайского края об энергетической стратегии Алтайского края на период до 2020 года.
3. РЭА будет развивать возобновляемую энергетику в Алтайском крае. [электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://aenergy.ru/3597>
4. Нижегородская область: в развитие возобновляемых источников энергии в ближайшие 3 года будет вложено более 2 млрд руб. [электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://aenergy.ru/1577>
5. Итоги развития альтернативной энергетики в мире и в России в 2010 году. [электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://www.bellona.ru/articles_ru/articles_2010/vie-2010
6. Рынок ветроэнергетики. [электронный ресурс] — Режим доступа. - URL: <http://market.elec.ru/numer/29/rynok-vetroenergetiki/>
7. Ветроэнергетику в США покидают инвесторы. [электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://www.memoid.ru/node/Alternativnaya_ehnergetika_v_Rossii
8. Нетрадиционные и возобновляемые источники энергии. [электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.parta.com.ua/referats/view/5482/>

РОССИЙСКИЕ РЕГИОНЫ В КОНТЕКСТЕ КОНЦЕПЦИИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

Коряков Алексей Георгиевич

канд. экон. наук, доцент МИТХТ, г. Москва

E-mail: AGKoriakov@yandex.ru

Макроэкономическая устойчивость обеспечивается существующими механизмами саморегуляции и управления в разных подсистемах экономической сферы: производственной, инвестиционной, научно-технологической, внешнеэкономической, финансовой. Данные механизмы действуют на уровне конкретной страны, в то же время следует учитывать специфику регионов данной страны, особенности формирования инструментария обеспечения устойчивости экономики регионов.

Необходимость глубоких и ширококомасштабных изменений в деятельности региональных субъектов ведения хозяйства связаны как научно-техническим прогрессом, так и системными превращениями в системе их управления. Именно поэтому возникает необходимость сосредоточения особенного внимания на проблематике управления устойчивым развитием регионов.

Устойчивое развитие региона заключается в обеспечении сбалансированного развития всех сфер его экономики на основе сбалансированного использования ресурсов для решения экономических, социальных и экологических проблем, которые создает индустриальное общество. Чтобы их избежать в постиндустриальном обществе, необходимо согласовать процессы окружающей среды с экономическими и социальными процессами.

Опыт показывает, что многие проблемы социально-экономической и экологической несбалансированности в первую очередь зарождались на уровне региона и только позже приобретали национальные масштабы [5, с. 186]. Поэтому исследование развития региона с позиций системности и комплексности — одна из методологических и методических основ исследования проблематики устойчивого развития в целом.

Современные трактовки сущности трансформаций в обществе и экономике государства обосновывают смещение акцентов в сферу региональных (местных) приоритетов и рассматривают регион как составляющую постоянного и динамического социо-эколого-экономического развития государства. Аргументацией такого утверж-

дения является то, что регион — это локальная модель государства, цель и задание развития которого совпадают с общегосударственными.

Устойчивое развитие региональной экономики требует реализации, на неопределенно большое время, потенциала региона с помощью сбалансированного развития экономической, экологической и социальной составляющих государственной регуляторной политики.

В контексте рассмотренной проблемы весомость экологического фактора все более возрастает [1, с. 96], потому что определяет возможность реализации других составляющих устойчивого развития региона. Наряду с этим, в рассмотренной триаде обратное влияние экономических и социальных факторов на эффективность решения экологических проблем несколько не меньше. Поэтому прогресс экономики и социальное благополучие становятся неотъемлемым условием реализации в регионе действующей экологической политики. Именно на региональном уровне достигают естественно-хозяйственной сбалансированности, формируют программы экологизации хозяйственного комплекса, определяют приоритеты развития и финансовые источники их реализации. На местном уровне наиболее эффективно функционирует механизм партнерства органов местного самоуправления с аграрными и промышленными предприятиями всех форм собственности, обеспечивается работа консультационных служб, контролируется состояние локальных экосистем.

Современные тенденции социально-экономического развития стран и регионов носят неоднозначный и противоречивый характер, который продиктован противоречивостью тенденций либерализации и глобализации экономических отношений с одной стороны, и усилением протекционизма (особенно скрытого), с другой стороны [5, с. 206]. Результатом этих процессов является усиление дифференциации территорий по уровню социально-экономического развития в результате неравномерности распределения факторов производства и доходов. В этих условиях способность территории привлекать экономические ресурсы и факторы производства, концентрировать цепочки добавления стоимости, по существу, и определяет ее дальнейшее развитие и конкурентоспособность. Относительно региона эта способность во многом зависит от его места в системе международного и межрегионального разделения труда, от привлекательности условий, созданных на его территории. Это комплексные и долгосрочные задания, которые должны взвешиваться на системной основе путем разработки и реализации региональной стратегии, регионального планирования.

Следует понимать, что в условиях глобальной экономики экономическая мощь государства (или региона) оценивается не столько валовыми объемами производства и наличием доступных природных ресурсов, сколько наличием и степенью обладания центрами и инструментами управления производственными, товарными, финансовыми и информационными процессами и потоками [3, с. 54].

Каждая страна должна произвести определенную стратегию создания подобных «опорных точек» для глобальных цепочек добавления стоимости на своей территории. Тем более это задание актуально для России. Необходимо произвести стратегию развития и выхода регионов на глобальный рынок в качестве активных и значимых участников в системе производственных, товарных, финансовых, научно-технологических и культурных процессов. Это позволит стране успешно интегрироваться в систему международного разделения труда, одновременно закрепив за Россией и ее регионами весомые места в мировой экономической системе. Однако решение этого задания во многом зависит от реализации управления, основанного на региональном планировании.

Все более важным фактором развития регионов становится участие в территориальном и международном разделении труда. В это время в каждом регионе России практически нет ни одной отрасли, которая прямо или побочно не имела бы связей с другими регионами и внешними рынками. Развиваются межрегиональные торгово-посреднические, финансовые, информационные, научно-технические связи, прямые связи поставок продукции между предприятиями, создаются совместные предприятия, филиалы международных корпораций, банков, промышленно-финансовых групп, растет число разных договорных соглашений из обмена товарами и услугами между регионами и другими государствами.

Процессы интеграции производственной, торгово-посреднической, финансово-кредитной, информационной деятельности закономерно приводят к тому, что практически все регионы вовлекаются в сферу экономических отношений, которые получают характер многосторонних связей между разными государствами. Эти процессы характеризуются усилением взаимозависимости регионов настолько, когда действия одного затрагивают интересы других регионов и региональных систем.

Устойчивое развитие производительных сил региона — это стремление достичь желательного уровня их развития благодаря мобилизации внутренних и внешних возможностей региональной экономики. Желательного уровня можно достичь за условия не только наращивания производства материальных благ, но и изменением

ценностных приоритетов человека [2, с. 112]. Как региональные, так и национальные цели в правительственных документах, программах и прогнозных материалах формируются как социально-экономические стратегии развития в виде:

- социальной стратегии — совокупности действий, направленных на изменение условий труда и жизни людей (населения региона);
- структурной стратегии — совокупности действий, целью которых является изменение структурных характеристик хозяйства региона и его элементов;
- стратегии размещения — действий по рационализации территориальной организации хозяйства региона;
- инвестиционной стратегии — действий, направленных на обеспечение приоритетных направлений инвестиций.

Все четыре стратегии должны найти отражения в основных направлениях, за которыми целесообразно планировать и проводить воссоздание хозяйственного комплекса на качественно высшем уровне.

Список литературы:

1. Бурков В. Н., Новиков Д. А., Щепкин А. В. Механизмы управления эколого-экономическими системами. — М., 2008. — 245 с.
2. Гурков И. Б. Стратегия и структура корпорации. — М., 2006. — 320 с.
3. Особенности воспроизводства регионального капитала: сущность, подходы к оценке, методы управления / Институт экономики КарНЦ РАН; под общ. ред. Ю. В. Савельева. — Петрозаводск: Изд-во КарИЦРАН, 2008. — 210 с.
4. Официальный сайт Европейского Союза — [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://europa.eu/>.
5. Переход к устойчивому развитию: глобальный, региональный и локальный уровни. Зарубежный опыт и проблемы России. / Рук. авт. колл. Н. Ф. Глазовский. — М., 2002. — 444 с.

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ

Леонидова Галина Валентиновна

канд. экон. наук, доцент, зав. лабораторией ИСЭРТ РАН, г. Вологда

E-mail: galinaleonidova@mail.ru

В ответ на возрастание объемов наукоемкого производства в XXI в. произошла актуализация интеллектуальной составляющей человеческого капитала. Интеллектуальный потенциал зримо обозначен как компонент человеческого капитала, который отличает способности человека к творческому или к исполнительскому труду (а человеческий капитал — от рабочей силы), определяет эффективность и конкурентоспособность национальной экономики. А потому, создание условий для воспроизводства интеллектуального потенциала становится приоритетным направлением макроэкономической политики [3, с. 69]. В связи с этим возникает необходимость изучения теоретико-методологических подходов к проблеме формирования интеллектуального потенциала, совершенствования методик оценки его состояния и поиска путей, способствующих его увеличению.

Источники воспроизводства интеллектуального потенциала представлены на *рисунке 1*.



Рисунок 1. Источники воспроизводства интеллектуального потенциала

Источник: составлено автором по: Национальное богатство и человеческий капитал / Л. В. Нестеров, Г. Т. Аширова // Вопросы экономики. — 2003. — № 2. — С. 103.

Данная схема иллюстрирует непосредственное участие в воспроизводстве (накоплении) интеллектуальной составляющей человеческого потенциала таких сфер как образование, наука, культура и искусство. Далее нами будет сделан акцент на образовании, являю-

щемся основой научно-образовательного пространства территории, нацеленного на формирование интеллектуального потенциала населения.

Индикатором, показывающим сопоставимый уровень российской образовательной системы, выступает в межстрановых исследованиях индекс глобальной конкурентоспособности (Global Competitiveness Index), ежегодно рассчитываемый Всемирным экономическим форумом. Индекс составляется из 12 слагаемых конкурентоспособности, одно из которых относится непосредственно к высшему образованию и профессиональной подготовке. По этому показателю Россия в 2009 г. занимала 50 месте среди 131 страны мира (табл. 1).

Таблица 1.

Рейтинг России по индексу глобальной конкурентоспособности и составляющих его показателей (2007—2009 гг.)

Наименование блока показателей	Место РФ		Баллы РФ		Мах балл по странам мира / отклонение от него РФ
	2007 г.	2009 г.	2007 г.	2009 г.	
Институты	116	118	3,10	3,2	5,41 / -2,21
Инфраструктура	65	47	3,48	4,5	6,10 / -1,60
Макроэкономическая стабильность	37	79	5,35	4,5	4,78 / 0,28
Здоровье и начальное образование	60	53	5,51	5,9	6,00 / -0,10
Высшее образование и профессиональная подготовка	45	50	4,33	4,6	5,68 / -1,08
Эффективность рынка товаров и услуг	84	123	3,94	3,6	5,32 / -0,82
Эффективность рынка труда	33	57	4,70	4,5	5,71 / -1,21
Развитость финансового рынка	109	125	3,60	3,2	5,68 / -2,48
Технологическое развитие	72	69	3,03	3,6	5,43 / -1,83
Размер рынка	9	8	5,54	5,7	6,83 / -1,13
Конкурентоспособность компаний	88	101	3,70	3,5	5,60 / -2,10
Инновационный потенциал	57	57	3,31	3,5	5,77 / -2,27
Индекс глобальной конкурентоспособности	58	63	4,19	4,2	5,67 / -1,47

Источники: The Global Competitiveness Report 2010 —2011. — P. 15, P. 20-21; The Global Competitiveness Report 2009 —2010. — P. 13, P. 18-19; [Эл. ресурс]. — Режим доступа: <http://www.weforum.org>

В то же время, с точки зрения развития человеческого потенциала, высокий уровень образованности российского населения является конкурентным (рис. 2). Согласно Международной стандартной классификации образования (МСКО) среди россиян в

возрасте 25—64 лет свыше половины (55%) имеют третичное образование (МСКО 5. Прим.). Это на 9 процентных пунктов больше, чем у Канады, и вдвое — по сравнению с Германией и Францией.

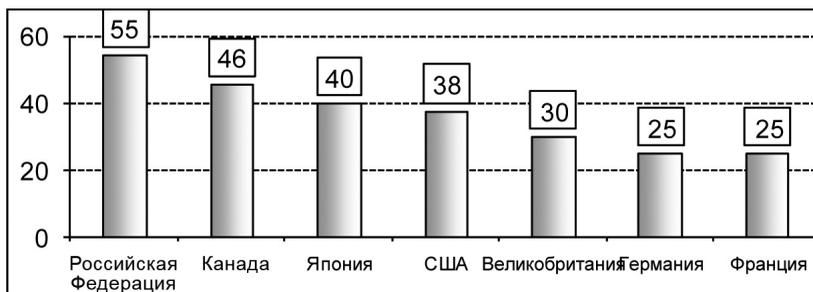


Рисунок 2. Доля лиц в возрасте от 25 до 64 лет с третичным образованием (МСКО 5) в России и странах ОЭСР (2005 г.), %

Индикатором, характеризующим степень развитости интеллектуального потенциала страны, может служить ИРЧП. В индексе используются специально преобразуемые (для сопоставимости) по странам оценки уровня образования (грамотность) населения, здоровья (продолжительность жизни), результативности экономики (душевые доходы). По последним данным, Россия по ИРЧП занимает 65 место. Но ИРЧП не позволяет четко выявить внутренние факторы роста интеллектуальных ресурсов страны (табл. 2).

Таблица 2

Слагаемые ИРЧП России

Показатели	1992 г.	1999 г.	2000 г.	2004 г.	2006 г.	2007 г.
Уровень грамотности взрослых (%)	98,7	99,6	99,6	99,4	99,4	99,4
Продолжительность жизни (лет)	70,0	66,6	66,1	65,2	65,2	67,88
ВВП на одного жителя (долл.)	6930	7100	8377	9902	13205	16092
Индекс ИРЧП	0,858	0,755	0,781	0,797	0,806	0,825
Место в рейтинге ООН	34	55	60	65	73	65

Источник: Доклады ООН о развитии человека за 1994, 2001—2003, 2006—2008, 2009 годы (год публикации индекса означает, что он относится к данным двухлетней давности)

За период с 2000 по 2010 г. в Вологодской области увеличился удельный вес лиц, имеющих высшее образование, с 15 до 21% (рис. 3). Однако по данному показателю регион уступает общероссийским значениям на протяжении всего рассматриваемого периода примерно в

1,4 раза, что ограничивает воспроизводство интеллектуального потенциала в регионе.

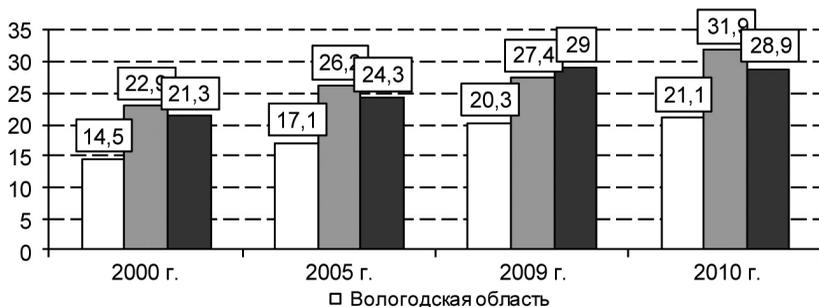


Рисунок 4. Доля населения, имеющая высшее образование, в % от занятого населения

Источник: Регионы России. Социально-экономические показатели. 2011: стат. сб. / Росстат. — М., 2011. — 990 с.

С 1991 по 2010 г. наблюдается положительная динамика численности студентов высших учебных заведений. Их доля в составе населения (в расчете на 10 тыс. человек), являющаяся одной из непосредственных характеристик интеллектуального потенциала территории, увеличилась в период с 1991 по 2010 г. по России (с 190 до 493 человек) и в ее регионах в среднем в 1,5 раза (табл. 3).

Таблица 3.

Численность студентов высших учебных заведений на 10 тыс. чел. населения, чел.

Территория	Год							
	1991	1996	2001	2006	2007	2008	2009	2010
РФ	190	188	324	495	525	529	523	493
СЗФО	222	215	652	537	564	566	558	524
Вологодская область	120	142	453	396	433	422	402	368

Источник: Регионы России. Социально-экономические показатели. 2011: стат. сб. / Росстат. — М., 2011. — 990 с. — С. 281 — 282.

Значения этого показателя в Вологодской области были ниже, чем в РФ в 1,3 раза, но сопоставимы с данными по развитым странам (так, численность студентов на 10 тыс. населения во Франции составляла 360 чел., в Великобритании — 380 чел. [6, с. 786]). Это

свидетельствует о наличии в регионе неплохих возможностей для увеличения численности высококвалифицированных специалистов.

Решение инновационных задач напрямую связано с наращиванием человеческого капитала, требующего для своего развития особой, благоприятной среды, которая в высокой степени обеспечивается в инновационно-ориентированном научно-образовательном пространстве территории.

Основным объектом инновационного процесса должна стать молодежь - наиболее активная составляющая гражданского общества: молодые лучше приспособлены к внедрению инновационных проектов и технологий в различных сферах, они являются сосредоточением принципиально новых знаний и идей, мобильны и полны сил для строительства своей жизни [5]. Более 70 % старшеклассников, определившихся с профессиональным выбором, нацелены на высшее образование (табл. 4).

Таблица 4.

**Распределение ответов на вопрос: «Какой уровень образования вам необходим, чтобы добиться успеха в жизни?»
(в % от старшеклассников, которые определились с выбором будущей профессии)**

Уровень образования	Всего по опросу
Среднее общее	4,8
Среднее специальное	3,3
Высшее	75,1
Аспирантура и другие виды постдипломного образования	14,3

Источник: Мониторинг «Формирование регионального научно-образовательного пространства», 2010 г. — ИСЭРТ РАН.

Большинство (97 %) учащихся школ считают, что для современного человека важно развивать творческий и интеллектуальный потенциал. Для развития творческого потенциала детей в общеобразовательных школах помимо учебных занятий проводятся дополнительные мероприятия, не входящие в базовую программу [1, с. 695; 8, с. 109]. В основном это различные массовые соревнования (олимпиады и т. д.). Проведение подобных работ в учебных заведениях отметили 86 % старшеклассников [2, с. 140]. В тоже время, научные общества, интеллектуальные, дискуссионные клубы, профильные лагеря для одаренных детей отмечаются старшеклассниками реже (27 %). Тем не менее, именно эти организационные формы

предполагают развитие у учеников творческих способностей и способствуют увеличению интеллектуального потенциала территории. Так, 67 % школьников, которые посещают профильные лагеря, считают творчество стилем своей жизни. Среди тех, кто не посещает профильные лагеря, подобного мнения придерживается 33 %.

Недостаточность действий образовательных учреждений по развитию интеллектуального потенциала населения в рамках научно-образовательного пространства связана и с тем, что в практике взаимодействия с другими субъектами преобладает только участие в днях открытых дверей и информационное сотрудничество [4, с. 6]. В меньшей степени распространены учебно-методическое (24 %) и научно-методическое (18 %) сотрудничество. Как показывает практика, более эффективно использование всех форм в совокупности. Тем не менее, в рамках взаимодействия все формы сотрудничества не использует ни одна школа.

В качестве препятствий к расширению сотрудничества с профессиональным образованием директора школ выделили: отсутствие четкой системы взаимоотношений с НПО, СПО и вузами (31 %), нежелание учителей школы заниматься подобной работой (23 %) и отсутствие территориальной близости к учреждениям профессионального образования 23 %.

Таким образом, в социально-экономическом пространстве территории в соответствии с межведомственной принадлежностью действуют системы общеобразовательного и профессионального образования, включая уровни начального, среднего, высшего, послевузовского и дополнительного; бизнес-сообщество, представленное предприятиями реального сектора экономики и ассоциациями, союзами и общественными организациями промышленников и предпринимателей; государственные органы управления; культурно-просветительские учреждения, представленные библиотеками, музеями, театрами; домашние хозяйства, в лице школьников, абитуриентов, студентов и выпускников системы профессионального образования — квалифицированных трудовых ресурсов. Их разнонаправленность отрицательно влияет на формирование интеллектуального потенциала территории.

Создание условий для самореализации молодых граждан предполагает выявление и реализацию интеллектуального и творческого потенциала молодежи [6]. Решение этой проблемы видится в создании в образовательных учреждениях (школах, вузах и т. д.) благоприятных условий для подготовки и становления будущих научных и практических специалистов высшей квалификации, активном включении молодых в научно-исследовательскую работу.

Примечание:

МСКО 5 — первая стадия третичного образования, которая охватывает ступени МСКО 5А и МСКО 5В. В России уровень МСКО 5А соответствует высшему профессиональному образованию, уровень МСКО 5В — среднему профессиональному образованию.

Список литературы:

1. Байгильдина З. Ф. Творческий потенциал личности / З. Ф. Байгильдина. — Вестник Башкирского университета. 2008. — Т. 13. — № 3. — С. 693 — 696.
2. Головчин М. А., Соловьева Т. С. Интеллектуальный потенциал населения: территориальный аспект // В мире научных открытий. 2011. № 3(15). С. 137—145.
3. Леонидова Г. В. Основные направления оценки интеллектуального потенциала // Федерализм. 2011. № 2. С. 69—80.
4. Овчинников В. Ф. Научно-технический прогресс и развитие творческого потенциала работника производства. / В. Ф. Овчинников. — Л., 1984. — С. 6.
5. Олейниченко И. А. Инновационный потенциал молодежи. Создание центра молодежных проектов в области научно-технического творчества / И. А. Олейниченко, Е. В. Балебанова [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://innclub.info/wp-content/> (дата обращения — 15.03.2012).
6. Российский статистический ежегодник. 2007: стат. сб. / Росстат. — М., 2007. — С. 786.
7. Хахалева О. А. Развитие творческого потенциала личности в информационном обществе / О. А. Хахалева // Вестник КрасГУ. — 2011. — № 5. — С. 211 — 214.
8. Шнипова А. Р. О творческом потенциале и его реализации / А. Р. Шнипова // Мир науки, культуры, образования. — 2008. — № 3 (10). — С. 108 — 109.

РАСШИРЕНИЕ ТЕРРИТОРИИ Г. МОСКВЫ КАК ПОПЫТКА БОРЬБЫ С РЕГИОНАЛЬНЫМИ ДИСПРОПОРЦИЯМИ РАЗМЕЩЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВА И НАСЕЛЕНИЯ

Морозова Дарья Игоревна

*студент экономического факультета, ФГБОУ ВПО «Саратовский
государственный университет имени Н. Г. Чернышевского», г. Энгельс*

E-mail: dashka99299@mail.ru

Фенин Кирилл Вячеславович

*студент экономического факультета, ФГБОУ ВПО «Саратовский
государственный университет имени Н. Г. Чернышевского», г. Саратов*

E-mail: fenin.kir@yandex.ru

Черемисинов Георгий Александрович

*д-р экон. наук, профессор ФГБОУ ВПО «Саратовский
государственный университет имени Н. Г. Чернышевского», г. Саратов*

E-mail: Cheremisinov@inbox.ru

Проблемы рационального размещения производства в городах, развития городской транспортной, социальной и финансовой инфраструктуры и грамотного расселения населения являются одними из наиболее важных задач, решение которых должно способствовать повышению эффективности управляемости территорий, а, как следствие, и росту уровня благосостояния населения [4, с. 26]. Данные проблемы не являются абсолютно новыми, так, если обратиться к историческим источникам, описывающим европейские столицы на рубеже XIX—XX веков, мы столкнемся с жалобами авторов на немислимые транспортные заторы, пусть в меньшей степени спровоцированные автомобилями, нежели конными экипажами и трамваями, удручающую с точки зрения экологии, социального благополучия и эстетики ситуацию в промышленных кварталах, мало поддающиеся управлению трущобные пригороды и невероятную перегруженность центра офисами, банками и торговлей.

Все вышеперечисленные проблемы очень актуальны для Российской Федерации, где явно прослеживаются диспропорции в размещении населения и чрезмерной концентрации производства в некоторых субъектах. Поэтому важность выработки адекватных мер региональной экономической политики не вызывает сомнения. Целесообразным для пополнения теоретических знаний и практического

опыта будет проведение анализа положительных и отрицательных сторон недавней инициативы президента РФ по расширению г. Москвы.

Основной замысел расширения Москвы в 2,4 раза призван решить следующие проблемы:

- границы столицы, сформированные еще в прошлом веке, когда население города едва достигало 6 млн. человек, никак не могут вместить текущие 18 млн.
- выполняемые мегаполисом функции административного центра страны предполагают наличие большого количества государственных учреждений, промышленных предприятий — и все это, в идеале, не должно ущемлять интересы населения
- проблема жилищного строительства (для возведения новых домов в текущих границах города не хватает места) [5].

Кроме того, предполагается легитимировать то, что, по сути своей, очевидно: Москва давно уже вышла за пределы МКАД. Такая легитимация должна упорядочить хаотичный строительный бум вокруг Москвы и развитие самой столицы. Это «просто фрагментарная констатация факта, так как новая территория «по сути дела, давно является Москвой и связана с ней функционально» [5].

Территорию Москвы, в силу её анклавного положения внутри Московской области, планируется расширять за счёт последней. Основным направлением развития Новой Москвы станет южное и юго-западное. Согласно пресс-релизу Правительства Москвы данный выбор объясняется оптимальным месторасположением этой территории для выполнения столичных функций Москвы по совокупности градостроительных, транспортных и экологических факторов и сравнительно слабой урбанизацией этого сектора Московской области, где в настоящее время проживает 250 тыс. чел., а фонд застройки составляет лишь 12 млн. м². Первоначально планировалось включить в состав города около 144 тыс. га земель, что увеличило бы его территорию со 107 тыс. до 251 тыс. га, то есть в 2,35 раза. В окончательном варианте площадь присоединяемой территории равна 148 тыс. га, то есть территория Москвы увеличится в 2,39 раз. В утверждённом варианте расширения в состав Москвы будут включены целиком территории 21 муниципального образования [5]. Кроме основного юго-западного массива к Москве присоединят два протуберанца и один экслав в западном направлении. Все существующие на момент присоединения муниципальные образования сохранят свой статус и полномочия, какие у них были до присоединения к Москве [2]. Все дачные посёлки, деревни, сёла, посёлки и города после вхождения в состав Москвы не будут территориальными единицами (какими они были в составе Московской области), поскольку территориальными

единицами будут только сохраняющие собственные органы муниципального самоуправления «городские округа» и «поселения» [2].

Новая Москва по замыслу проектировщиков должна создать 1 млн. новых рабочих мест и обеспечить жильём 2 млн. чел. на новых территориях предлагается возвести 105 млн. км.² недвижимости (60 млн. м.² жилья и 45 млн. м.² административных площадей), то есть почти в 10 раз больше, чем там есть сейчас, и переселить туда около 2 млн. человек [3]. Предполагается, что затраты на расширение Москвы составят 11 трлн. рублей (16 млрд. рублей на геодезические изыскания на площади новых городских районов, 32 млрд. рублей – проектирование и разработка генплана, 1,1 трлн. рублей — выкуп участка под строительство объектов и 9,35 трлн. рублей на само строительство) [3].

В переходный период расширения границ Москвы должны быть осуществлены нормотворческие, организационные и иные мероприятия, необходимые для полноценного обеспечения жизни населения, функционирования экономических субъектов.

Безусловно, одним из наиболее значимых вопросов, связанных с проектом, стало влияние грядущих территориальных изменений на рынок недвижимости и, в частности, жилья. Эксперты сходятся в том, что расширение границ Москвы повлечет за собой как минимум две заметных тенденции. Первая — это существенное подорожание недвижимости, расположенной на присоединяемых территориях. Уже сейчас цены на местное жилье взлетели на 10—15 %, а в перспективе вполне могут приблизиться к московским (причем, задолго до того как проект будет реализован в полной мере). Это открывает широкие возможности, как для частных инвесторов, так и для девелоперов, выстраивающихся в очередь на освоение столь перспективных земель. Вторым трендом, связанным с расширением столичных границ, может стать снижение темпов роста стоимости жилья в пределах «старой» части города. Если раньше речь шла, по сути, о фиксированном количестве объектов (поскольку строительство новых было сведено к минимуму нехваткой площадей), то в скором времени об этом искусственном дефиците можно будет забыть — а значит и вызванный этим дефицитом ценовой фактор уйдет в прошлое.

Вместе с тем, насколько выраженными будут эти тенденции, зависит от направления развития своего проекта. Так, если на новых землях разместятся преимущественно промышленные и логистические объекты — цены на жилье здесь вряд ли когда то станут сравнимы с более благополучными в экологическом плане округами. А если идею децентрализации города не удастся воплотить в полной мере и единственным показателем «престижности» территории останется ее близость к Кремлю — очевидно, что и жилье, расположенное в исторических границах столицы останется существенно дороже, чем в

очередном спальном районе, в который может превратиться «новая Москва».

Новая Москва — это также прекрасный повод реализовать инновационные решения и начать модернизировать экономику страны: привлечь сюда лучших урбанистов и адаптировать к российской реальности лучшие мировые градостроительные решения.

Очевидно, что проблем на этом пути будет немало. О них пишут практически все СМИ и говорят практически все эксперты — присоединение нового района переместит туда транспортный поток и создаст новый транспортный коллапс, стоимость жилья за пределами МКАД возрастет до столичного уровня, и многие не смогут решить свои жилищные проблемы. Естественно, что одним расширением границ проблему перегруженности центра не решить. Москва перенаселена, и ее инфраструктура перегружена, но было бы наивно полагать, что миллионы москвичей возьмут и в скором времени переедут на эту новую территорию. Для этого еще условия создавать годами нужно.

Не менее важным остается вопрос, как данные меры по расширению Москвы отразятся на других российских регионах. Регионы могли бы оказаться под значительным влиянием расширения Москвы в том случае, если часть кластеров и центров притяжения перемещалась бы в другие города, то есть произошла бы деконцентрация производства и управляющих структур. Так, скажем, переезд штаб-квартиры Газпрома в Санкт-Петербург. В любом другом случае региональное развитие идет по своему пути. Негативное влияние, которое могут ощутить регионы в случае успешного расширения Москвы, это недостаток инвестиции деловой активности — люди будут переезжать в «новую» Москву, жить и работать здесь [1].

Список литературы:

1. «Новая Москва». [электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.joneslanglasalle.ru/Russia/RU-RU/Pages/Hom>.
2. Проект расширения территории Москвы. [электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://ru.wikipedia.org/wiki/Проект_расширения_территории_Москвы.
3. Расширение границ Москвы: перспективы проекта. [электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://www.realtypress.ru/article/article_2575.html.
4. Росс-Ларсон Брюс, Джилл Индермит С., Го Чорчинг и др. Доклад о мировом развитии 2009. Новый взгляд на экономическую географию. М.: Весь Мир, 2009. — 384 с.
5. Шохина Е. Расширение Москвы — повод начать модернизацию экономики // Эксперт. [электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://expert.ru/2011/07/12/bezbrezhnyij-megapolis/>

РАЗВИТИЕ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ НА ОСНОВЕ КЛАСТЕРНОГО ПОДХОДА

Полянских Екатерина Александровна

*ассистент кафедры «Экономика и управление» Волгоградского
института экономики, социологии и права, г. Волгоград*

E-mail: tpolanskih@yandex.ru

Туризм — одна из важнейших сфер деятельности современной экономики, нацеленная на удовлетворение потребностей людей и повышение качества жизни населения.

В настоящее время туризм является одной из наиболее стремительно развивающихся отраслей сферы услуг. Выступая в качестве одного из эффективных катализаторов социально-экономического развития, индустрия туризма оказывает стимулирующее влияние практически на все смежные отрасли экономики.

Мировой опыт сегодня свидетельствует, что с помощью туризма можно преодолеть неравномерность развития отдельных территорий региона, оживить региональную экономику за счет привлечения инвестиций; улучшить инфраструктуру; обеспечить занятость населения; поддержать предпринимательство и местную промышленность, улучшить экологическую обстановку за счет дополнительного финансирования природоохранных программ. Сегодня широкое распространение получили кластерные принципы организации производственного взаимодействия на региональном уровне. Данный подход способен коренным образом изменить содержание региональной экономики, в том числе и сферы туризма.

Российская Федерация и её регионы имеют огромный потенциал для развития туризма, однако неадекватное использование своих туристических ресурсов и возможностей, в том числе наличие туристических объектов, которые остаются невостребованными из-за неразвитой инфраструктуры и некомпетентного управления, создают препятствия для эффективного функционирования отрасли [5, с. 3].

В современной российской индустрии туризма сложилась и активно развивается тенденция оттока российских туристов на отдых за границу. Сегодня выездной туризм доминирует над внутренним и тем более над въездным. Так, согласно статистическим данным Ростуризма, количество поездок россиян за рубеж в 2009 г. составило 34 276 264 человек, в то время как общее число поездок иностранных граждан в Россию составило 21 338 650 человек. Таким образом, выездной туризм в 1,5 раза превосходит въездной, что весьма негативно сказывается на развитии всей индустрии туризма в России [2, с. 56].

Для изменения сложившейся ситуации в туристской отрасли экономики с учетом мирового опыта необходима кластерная организация развития этой отрасли экономики.

По мнению А. Ю. Александровой решающую роль в развитии индустрии туризма сегодня играют кластеры, как один из эффективных способов привлечения клиентов и повышения конкурентоспособности туристической отрасли экономики. Она считает, что складывающаяся в рамках экономических зон систему взаимосвязанных фирм, организаций и учреждений в сфере путешествий и отдыха населения можно рассматривать как зарождающийся региональный туристический кластер [1, с. 61].

Н. А. Пелевина считает, что туристический кластер является крупным самостоятельным межотраслевым хозяйственным комплексом, который лежит не в привычной вертикальной плоскости, а охватывает некое горизонтальное пространство, включающее предприятия и организации разной отраслевой принадлежности. Он представляет собой совокупность взаимосвязанных отраслей и производств региональной экономики, единой функциональной задачей которых является деятельность по удовлетворению потребностей людей в различных видах отдыха и путешествий при рациональном использовании всех имеющихся туристических ресурсов региона [6, с. 340].

По мнению автора, туристический кластер — сосредоточение в рамках одной ограниченной территории взаимосвязанных предприятий, фирм и учреждений, занимающихся разработкой, производством, продвижением и продажей туристического продукта, а также деятельностью, смежной с туризмом и рекреационными услугами.

Цель создания туристического кластера — повысить уровень экономической устойчивости региона, развития инфраструктуры за счет синергетического эффекта, в том числе: повышение эффективности работы предприятий и организаций, входящих в туристический кластер; стимулирование инноваций; стимулирование развития новых направлений туристического бизнеса.

Современный туристский кластер способен решить ряд важных задач, среди которых:

- рациональное использование имеющегося природного потенциала региона;
- приоритетное развитие внутреннего и въездного туризма на территории;
- создание и развитие высокоэффективного и конкурентоспособного туристического комплекса на территории региона;
- демонстрация исторического, культурного и духовного наследия народов России;

- формирование системы государственного регулирования туристской деятельности;
- поддержка развития различных видов предпринимательства (среднего и малого) в туристской сфере;
- разработка маркетинговой стратегии продвижения туристических продуктов и создание благоприятного имиджа региона как туристического региона;
- привлечение внебюджетных источников для реконструкции и нового строительства туристских объектов;
- создание современной системы подготовки, переподготовки и повышения квалификации туристских кадров;
- создание инвестиционных площадок для реализации механизмов государственно-частного партнерства и развития малого и среднего туристского бизнеса.

Общую направленность целей кластерной организации туристического хозяйства обуславливают принципы туристического кластера. Для туристического кластера автором определены следующие основополагающие принципы:

1. взаимопонимание и готовность к сотрудничеству всех участников процесса;
2. равноправие и паритетность всех участников конструктивного диалога;
3. добровольность выбора форм сотрудничества;
4. взаимное информирование и выполнение, принятых на себя обязательств, согласно хозяйственным договорам, заключаемым непосредственно между участниками кластера.

Построение кластера должно основываться на добровольных принципах, никто не вправе принуждать другого к каким-либо действиям или обманывать, распространяя заведомо ложную информацию.

Достижения успеха при развитии туристического кластера является совместной задачей бизнеса и органов власти соответствующего уровня (федеральной, региональной и муниципальной — в зависимости от масштаба кластера и существующих задач по его развитию); только взаимопонимание и готовность к сотрудничеству между ними гарантируют получение положительных результатов.

Важнейшим элементом кластерного принципа развития региона является установление постоянного диалога всех участников процесса — малых и крупных предприятий, соответствующих властных структур, сервисных и научно-исследовательских организаций, системы профессионального образования, средств массовых информационных и др.

Чтобы кластер состоялся как жизнеспособная, самодостаточная, успешная и эффективная организация, по мнению профессора М. П. Войнарченко необходимо пять условий — «5И»:

1. *инициатива* — инициативные и влиятельные люди из числа предпринимателей, представителей власти, общественных организаций, учебных заведений, способные своим авторитетом, умом, организаторскими способностями и знаниями сплотить, заинтересовать и на деле доказать полезность кластеров как для самых их членов, так и для региона;

2. *инновации* — новые технологии в организации производства, сбыта, управления, финансирования, способные открыть новые возможности в конкурентной борьбе;

3. *информация* — доступность, открытость, обмен знаниями, создание баз данных и веб - страниц, позволяющие получать преимущества в доступе к рынкам снабжения предметами труда, сбыта продукции, квалифицированной рабочей силы и т. п.;

4. *интеграция* — предусматривает использование новых технологий сотрудничества фирм на отраслевом и территориальном уровнях при поддержке науки и органов власти;

5. *интерес* — обеспечивает основное условие жизнедеятельности предпринимательской или общественной структуры, которое обязательно предполагает наличие заинтересованности участников кластерных объединений и получение ими экономической выгоды.

Автор полностью согласен с мнением М. П. Войнаренко, отмечая при этом, что процесс формирования туристического кластера начинается, прежде всего, с появления инициативы разных субъектов региона. Без инициативы невозможно реализовать даже самый примитивный проект или привлечь инвестиции; только новые, оригинальные, нестандартные инновационные идеи могут заинтересовать инвестора; только интеграция усилий власти, бизнеса и институций (научных, образовательных, общественных организаций) может быть условием успешного привлечения инвестиций на данную территорию (город, район, регион) [3, с. 23].

Инициатива создания кластера может принадлежать как правительству, так и бизнесу. Усилия правительства обычно направляются не на поддержку отдельных предприятий и отраслей, сколько не был бы значительным их вклад в экономику, а на создание условий для развития кластера и развития взаимоотношений внутри него.

Заинтересованность региональных органов власти по отношению к территориально-отраслевым кластерам проявляется в расширении поля занятости населения и налоговых поступлений, комплексном решении научно-технических проблем территориальных образований, активизации инвестиционных и инновационных процессов. Именно инновации обеспечивают рост конкурентоспособности продукции, производимой в рамках кластеров, увеличивая их прибыль, а с другой — повышают экономический потенциал и конкурентоспособность региона в целом.

В то же время, рыночные структуры, входящие в кластер, заинтересованы в формировании соответствующей нормативно-правовой базы, создании и развитии институтов инфраструктуры, способствующей успешному функционированию ассоциированных форм предпринимательства [4, с. 61].

Преимущества кластерного подхода для органов власти состоят в том, что он позволяет комплексно, системным образом рассматривать ситуацию в группе взаимосвязанных предприятий, относящихся к туристической сфере экономики региона. Кроме того, кластерный подход позволяет использовать в качестве «стержня» стратегии развития кластера инициативы, выдвинутые и реализуемые лидерами бизнеса, которые таким образом, гарантированно будут успешно реализованы.

Региональное экономическое развитие на базе создания и стимулирования кластеров предполагает инициативу и активность бизнеса, а также совместных усилий бизнеса, исполнительной и законодательной власти. Роль, которую играют бизнес и власть при создании и развитии отраслевых кластеров различна, но взаимодополняющая.

Список литературы:

1. Александрова А. Ю. Туристские кластеры: содержание, границы, механизм функционирования // Современные проблемы сервиса и туризма, 2007.— № 1.— С. 51—61.
2. Волков С. К. Особенности развития туризма в Волгоградской области / С. К. Волков // Современная экономика: проблемы и решения. — Воронеж, 2010.— № 8.— С. 55—56.
3. Войнаренко М. П. Кластерные модели объединения предприятий в Украине // Экономическое возрождение России, 2007.— № 4 (14).
4. Кетова Н. П. Роль территориально-отраслевых кластеров в модернизации экономики региона // Материалы III Всероссийской научной конференции («Домбайские чтения») «Модернизация экономики Юга России и новые стратегии региональной экономической политики», пос. Домбай КЧР, 12-16 апреля 2007 г. — г. Черкесск: Карачаево-Черкесская государственная технологическая академия, 2007. — С. 61.
5. Недосвитий Н. В. Формирование стратегического развития туристической отрасли в регионе на основе кластерного подхода /Н. В. Недосвитий: автореферат на соискание ученой степени кандидата экономических наук.- Чебоксары: ФГОУ ВПО «Чебоксарский государственный университет им. И. Н. Ульянова», 2010. — С. 3.
6. Пелевина Н. А. Кластерный подход к обеспечению развития туристско-рекреационной сферы региона // Известия Российского государственного педагогического университета имени А. И. Герцена. — СПб, 2008. — № 12(86). — С. 340.

ОСОБЕННОСТИ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА

Пясецкий Иван Анатольевич

аспирант, Курский государственный университет, г. Курск

E-mail: ivanpa2013@yandex.ru

Агропромышленный комплекс имеет особое значение в экономике страны. Он относится к числу основных хозяйственных комплексов, определяющих условия поддержания жизнедеятельности общества. Однако, на сегодняшний день состояние рынка продовольствия и продовольственной безопасности в целом говорит о том, что рыночное саморегулирование не обеспечивает выход из кризиса и рост производства в сельском хозяйстве. Большинство товаропроизводителей в агропромышленном комплексе плохо адаптируются к сложившимся рыночным условиям. Резкое снижение степени государственного вмешательства привело к нарушению межотраслевых связей, диспаритету цен на сельскохозяйственную продукцию и спаду сельскохозяйственного производства.

Во многом, развитие аграрного сектора экономики, представляет собой результат совершенствования государственного управления. Развитие агропромышленного комплекса зависит от того, насколько обоснованными будут отношения между государством и хозяйственными формированиями отрасли. Если государство качественно решает эту задачу, то не менее 80 % предприятий и организаций агропромышленного комплекса работает эффективно. В России же в 1998 году около 90 % сельхозпредприятий были убыточными. Это является свидетельством того, что государственная политика носит разрушительный характер.

Экономические предпосылки для преобразований в сельском хозяйстве должны быть созданы государством. Государственное регулирование должно осуществляться по таким важнейшим направлениям, как формирование и функционирование рынка сельскохозяйственной продукции, финансирование, кредитование, страхование и налогообложение, защита отечественного товаропроизводителя, развитие науки и социальной сферы.

В процессе формирования рыночных отношений на каждом этапе развития продовольственного рынка требуется определение приоритетов, материальное и финансовое обеспечение их реализации. Таковыми можно считать: повышение эффективности агропромыш-

ленного производства, качественное состояние и уровень использования производственного потенциала, использование достижений научно-технического прогресса [3].

Важнейшей задачей регулирования рынка и рыночных отношений в сельском хозяйстве является поддержка конкурентных отношений, устранение всяких препятствий для доступа на рынок и выхода из него предприятий с различными видами собственности и организационно-правовыми формами хозяйствования.

Государственное вмешательство требуется для сводного распространения достоверной информации о предложении, спросе и ценах на продукцию и услуги. Государство должно, прежде всего, обеспечить максимально высокую мобильность материальных, трудовых, финансовых и других ресурсов в сельском хозяйстве.

Вместе с тем регулирование не должно отменять действие рыночных механизмов на экономику сельского хозяйства, способствующих повышению ее эффективности, а всячески развивать и поддерживать инициативу предпринимателей.

Основными задачами государственного регулирования сельскохозяйственного производства являются:

- обеспечение населения страны доступными высококачественными продуктами питания;
- формирование и обеспечение экономической безопасности продовольственных рынков;
- обеспечение продовольственной безопасности;
- развитие конкурентоспособного и устойчивого сельскохозяйственного производства;
- восстановление и создание современной индустриальной базы агропромышленного производства;
- повышение финансовой устойчивости деятельности сельскохозяйственных товаропроизводителей;
- выявление нормативно-правовых и рыночных инструментов социально-экономического механизма государственной поддержки действенных сельхоз товаропроизводителей, а не посредников;
- определение путей рационального использования ресурсного потенциала сельскохозяйственного производства и необходимых сдвигов как в отраслевой, так и в территориальной структуре производства [2].

В современных условиях развития товарно-денежных отношений повышение производительности труда, возможно, прежде всего, на основе дальнейшего углубления разделения труда и его специализации. Государственное регулирование сельскохозяйственных товаро-

производителей должно способствовать развитию специализации производства как в крупных, так и в мелких предприятиях.

Широкое развитие на сегодняшний день в сельском хозяйстве частной собственности и сочетание ее с множеством организационно-хозяйственных форм предпринимательства приводит к широкому распространению индивидуальных и коллективных форм собственности. В связи с этим важнейшим принципом государственного регулирования сельскохозяйственного производства выступает поддержка предпринимательских структур различных форм собственности.

Основными принципами государственного регулирования деятельности сельхоз товаропроизводителей являются:

- поддержка предпринимателей всех форм собственности;
- единство агропродовольственного рынка и ресурсов для сельскохозяйственного производства, равных условий конкуренции на агропродовольственном рынке на всей территории страны;
- последовательность и устойчивость мер государственного регулирования агропродовольственного сектора;
- адресность мер государственной поддержки и целевое программное использование бюджетных средств;
- гарантированность исполнения обязательств государства перед сельскохозяйственными товаропроизводителями и другими субъектами агропродовольственного рынка;
- стимулирование эффективно работающих предприятий;
- развитие специализированного производства.

На практике реализация принципов государственного регулирования предполагает поиск эффективных форм и методов воздействия государства на экономику. Однако следует учесть, что неравномерность развития регионов нашей страны предопределяет необходимость дифференцированного подхода к использованию форм, методов и инструментов государственного регулирования развития сельского хозяйства. Несомненна роль государства в создании единого правового пространства в агропромышленной сфере и проведении эффективной внешнеторговой политики [1].

Таким образом, государственное регулирование сельскохозяйственного производства осуществляется посредством разработки основных направлений развития аграрной отрасли экономики, определения государственной политики в области нормативного закрепления системы органов управления сельским хозяйством, финансирования, ценообразования, налогообложения, то есть в условиях рыночной экономики государство проводит сегодня новую аграрную политику в целях наилучшего удовлетворения потребностей граждан страны.

Принимаемые в последние годы меры по поддержке агропромышленного комплекса, такие как финансовое оздоровление предприятий, субсидирование процентов кредитной ставки, развитие лизинга, осуществление программы социального развития села, все же позволили несколько приостановить опасную тенденцию распада сельского хозяйства в целом.

Однако, сегодня по-прежнему остается актуальной проблема рационального распределения функций управления между федеральным центром и региональными органами власти, обеспечивающих развитие сельского хозяйства. В любой стране, при любой социально-экономической системе государство в той или иной степени посредством права регулирует общественные отношения в аграрном секторе экономики.

Список литературы:

1. Пинкевич И. К. Проблемы государственного регулирования развития зернового сектора агропромышленного комплекса на современном этапе // Проблемы современной экономики. — № 3 (35).— 2010.
2. Файзуллин Г. Г. Правовые проблемы государственного и муниципального управления сельским хозяйством: теоретические основы и пути совершенствования. — 2006.
3. Шарыкина Т. А. Обеспечение экономической и налоговой безопасности продовольственных рынков.

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНСТРУМЕНТАРИЯ ТЕРРИТОРИАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ В ЦЧЭР

Фёдорова Екатерина Константиновна

*аспирант, Воронежский государственный педагогический
университет, г. Воронеж
E-mail: vesnagit@mail.ru*

Инструментами территориального управления принято считать документы территориального развития [1, с. 285]. К ним относят доктринальные документы (доктрины, стратегии, концепции) очерчивающие наиболее общие цели развития регионов и основные принципы их достижения; и программные документы (целевые программы), указывающих пути к достижению сформулированных в доктринальных документах целей. Общим у доктринальных и программных документов территориального развития является то, что, вследствие их принадлежности программно-целевому методу управления, для них характерна строго определённая последовательность действий [10], предписанная объекту управления. Следовательно, мы предлагаем представить иерархию документов территориального развития в РФ следующим образом (по убыванию важности): «Концепция долгосрочного социально-экономического развития РФ на период до 2020 года»; отраслевые стратегии и концепции федерального уровня; приоритетные национальные проекты; федеральные целевые программы; региональные стратегии социально-экономического развития (на период до 2020—2025 гг.); отраслевые стратегии и концепции регионального уровня, а также комплексные межведомственные программы регионального уровня; программы социально-экономического развития регионов РФ; региональные (областные, краевые, республиканские) целевые программы; подпрограммы и проекты регионального уровня; муниципальные стратегии социально-экономического развития; муниципальные целевые программы.

Следует сказать, что оценка инструментария территориального управления в виде оценки эффективности деятельности органов исполнительной власти в РФ ежегодно осуществляет Министерство регионального развития РФ по основным сферам деятельности, осуществляя эту деятельность на основании указа президента РФ [9, с. 34]. При этом на региональном уровне некоторые области ЦЧЭР осуществляют подобную оценку собственными силами: например, в Белгородской области сформулированы основные показатели деятельности исполнительных органов, уточняющие используемые Минре-

гионом (для анализа степени достижения региональной стратегии) [8, с. 2]. В данном документе указано, что последовательное улучшение качества жизни населения является одной из основных целей оценки эффективности деятельности органов исполнительной власти. В других же областях ЦЧЭР на данный момент самостоятельная оценка деятельности органов исполнительной власти не осуществляется, хотя в Воронежской области предприняты некоторые меры в этом отношении: обозначена необходимость создания комиссии, которая будет оценивать результаты деятельности таких органов [6, с. 2].

Рассмотрим, какие же цели ставят перед собой органы власти и управления областей ЦЧЭР, принимая во внимание, что, по данным автономной некоммерческой организации «Агентство региональных социально-экономических проектов», в ЦЧЭР наиболее устойчиво растет экономика только одной области. Напомним, что рост региональной экономики в России принято оценивать по увеличению объёма валового регионального продукта, подавляющую долю которого во всех областях ЦЧЭР производит такая отрасль экономики, как промышленность, поэтому перспективы роста экономики принято оценивать по темпам роста промышленного производства. Итак, в Белгородской области средние темпы роста индекса промышленного производства (ИПП) области за последние два года составили 7.1 %; Липецкая область почти восстановила свое промышленное производство и удерживает лидерские позиции в России по производству продукции на душу населения в обрабатывающих отраслях. Промышленность Тамбовской области за последние два года почти не растет и пока стагнирует; промышленность Курской области восстановила выпуск промышленной продукции до докризисного (2009 г.) уровня. Рост индекса промышленного производства Воронежской области за последние два года примерно вдвое ниже среднероссийского, однако для ЦЧЭР по данному показателю у неё — 3-ий результат (после Белгородской и Курской, но перед Тамбовской и Липецкой областями). При этом у Воронежской и Тамбовской областей схожие проблемы с экономикой: бывший и настоящий неэффективный сектор ОПК, неразвитое сельское хозяйство, огромные сектора неформальной экономики, которые можно использовать в качестве резервной рабочей силы и постепенно вовлекать ее в нормальную экономику; Липецкая, Белгородская и Курская область на десятилетия обеспечены надежным горно-металлургическим сектором экономики, однако экономика Курской области уже давно стагнирует, оставаясь примерно на одном и том же месте в рейтингах субъектов РФ по ВРП на душу населения [11].

Основная цель регионального развития Белгородской области, иерархии документов территориального развития, заключается в достижении достойного качества жизни населения области и его постоянное улучшение за счёт экономики (переход к инновационному социально ориентированному типу развития), социальной среды (на основе развития экономики) и институциональной среды (стимулирующей инновации и приток капитала в экономику и социальную сферу) [7, с. 5]. При этом запланирован рост ВРП области к 2025 г. — в 3 раза (к 2020 г. — в 2,2 раза).

Соответствующая цель развития Воронежской области заключается в достижении существенного роста качества жизни населения путем повышения конкурентоспособности экономики за счет реализации масштабных инвестиционных программ модернизации промышленности и создания эффективной системы государственного управления [2, с. 15]. При этом запланирован рост ВРП к 2020 году в 3,2 раза, требующий среднегодового роста экономики в размере 12,7%.

Цели региональной стратегии Липецкой области — обеспечение устойчивого повышения уровня и качества жизни населения, сокращение разрыва в уровне социально-экономического развития между муниципальными образованиями области путем последовательного формирования в регионе рыночной и социально ориентированной экономики с четким и стабильным законодательством [3, с. 25]. Курская область выделяет в качестве основной цели своего развития обеспечение конкурентоспособности региональной экономики с целью повышения благосостояния и обеспечения стабильного уровня жизни населения области [5, с. 154]. Цель развития Тамбовской области сформулирована кратко: «повышение качества жизни населения и экономический рост» [4, с. 35].

Итак, мы видим, что повышение уровня жизни и(или) качества жизни, как более широкого, чем уровень жизни, понятия является основной целью развития каждой области ЦЧЭР, а, значит, эффективность инструментария регионального управления областей ЦЧЭР возможно оценивать, исходя из успешности достижения этой цели.

Список литературы:

1. Государственное регулирование экономики: учебник, 2-е изд./ под ред. проф. В. И. Куцина, Н. А. Волгина. — М.: Издательство РАГС. — 2005. — 829 с.
2. Закон Воронежской области от 30.06.2010 № 65-ОЗ «О Стратегии социально-экономического развития Воронежской области на долгосрочную перспективу» [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: http://www.govvn.ru/wps/portal/AVO/wcmContent?WCM_QUERY=voronezh/avo/main/strategi/doc2007101442&presentationtemplate=vmOneDocumentPt (дата обращения 14.12.2011)

3. Закон Липецкой области от 19 декабря 2006 г. № 60-пс «Стратегия социально-экономического развития Липецкой области на период до 2020 года» [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: <http://www.admlr.lipetsk.ru/rus/strategy/strategy.php>. (дата обращения 13.12.2011)
4. Закон Тамбовской области от 29 апреля 2009 № 512-3 «Стратегия социально-экономического развития Тамбовской области на период до 2020 г.» [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: <http://www.tambov.gov.ru/ekon/econom/4371.html> (дата обращения 19.10.2011)
5. Постановление Курской областной Думы от 24 мая 2007 г. № 391-IV ОД «Стратегия социально-экономического развития Курской области на период до 2020 г.» [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: http://adm.rkursk.ru/index.php?id=2&mat_id=815 (дата обращения 5.10.2011)
6. Постановление Правительства Воронежской области от 1 марта 2011 г. № 139 «О комиссии по оценке эффективности и результативности деятельности исполнительных органов государственной власти Воронежской области» [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: <http://www.regionz.ru/index.php?ds=1014034> (дата обращения 04.10.2011)
7. Презентация Стратегии социально-экономического развития Белгородской области на период до 2025 года [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: http://www.belregion.ru/strat_ser/. - слайд 30 (дата обращения 09.12.2011)
8. Распоряжение Правительства Белгородской области от 13 июля 2009 г. № 205-рп «Об оценке эффективности деятельности органов исполнительной власти области» [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: <http://www.regionz.ru/index.php?ds=341529> (дата обращения 15.06.2011)
9. Указ Президента РФ от 28 июня 2007 г. № 825 «Об оценке эффективности деятельности органов исполнительной власти субъектов РФ» [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: <http://www.referent.ru/1/120081> (дата обращения 10.09.2011)

Экономико-математический словарь [электронный ресурс] — Режим доступа. URL: http://dic.academic.ru/dic.nsf/econ_dict/5118 (дата обращения 18.09.2011)
Юрий Корчагин. Воронежская экономика пока не даёт повода для радости [Электронный ресурс]: статья из электронного издания. — Режим доступа. — URL: http://www.arsp.ru/trend_week/index.php?ELEMENT_ID=240 (дата обращения 15.10.2011)

ДЛЯ ЗАМЕТОК

**«ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ:
ПРОШЛОЕ, НАСТОЯЩЕЕ, БУДУЩЕЕ»**

Материалы международной заочной научно-практической
конференции

18 апреля 2012 г.

В авторской редакции

Подписано в печать 25.04.12. Формат бумаги 60x84/16.
Бумага офсет №1. Гарнитура Times. Печать цифровая.
Усл. печ. л. 11,25. Тираж 550 экз.

Издательство Сибирская ассоциация консультантов
630075, г. Новосибирск, Залеского 5/1, оф. 605
E-mail: mail@sibac.info

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