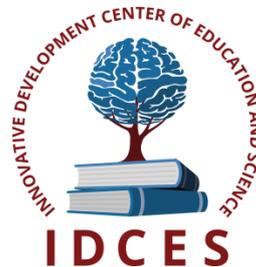


**ИННОВАЦИОННЫЙ ЦЕНТР РАЗВИТИЯ ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ**  
**INNOVATIVE DEVELOPMENT CENTER OF EDUCATION AND SCIENCE**



**ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ И  
МЕНЕДЖМЕНТА**

**Выпуск II**

**Сборник научных трудов по итогам  
международной научно-практической конференции  
(3 июля 2015г.)**

**г. Челябинск  
2015 г.**

**Перспективы развития экономики и менеджмента** / Сборник научных трудов по итогам международной научно-практической конференции. № 2. Челябинск, 2015. 152 с.

**Редакционная коллегия:**

к.э.н., доцент Безпалов В.В. (г.Москва), к.э.н., доцент Бекулов Х.М. (г.Нальчик), к.э.н., доцент Бирюков В.А. (г.Москва), к.э.н. Бобыль В.В. (г.Днепропетровск), д.э.н., профессор Богатая И.Н. (г.Ростов-на-Дону), д.э.н. Булгучев М.Х. (г.Магас), к.э.н. Викторова Т.С. (г.Вязьма), д.э.н., доцент Виноградова М.В. (г.Москва), к.э.н. Гафиуллина Л.Ф. (г.Казань), д.э.н. Гонова О.В. (г.Иваново), к.э.н. Гурфова С.А. (г.Нальчик), к.э.н., доцент Дзюба А.В. (г.Комсомольск-на-Амуре), д.э.н., доцент Евстафьева Е.М. (г.Ростов-на-Дону), к.э.н., доцент Емельянова Г.А. (г.Чебоксары), к.э.н. Желнова К.В. (г.Ижевск), к.э.н., доцент Калашников А.А. (г.Ставрополь), к.э.н., доцент Крючкова Л.В. (г.Киров), к.э.н., профессор РАЕ Курпаяниди К.И. (г.Фергана), д.э.н., профессор Макаров В.С. (г.Санкт-Петербург), д.э.н., доцент Миролюбова А.А. (г.Иваново), к.э.н. Мошкин И.В. (г.Ростов-на-Дону), к.э.н., доцент Мурзин А.Д. (г.Ростов-на-Дону), к.э.н., доцент Мызникова Т.Н. (г.Челябинск), к.э.н., доцент Найденова М.В. (г.Саратов), к.э.н. Никитина А.А. (г.Кумертау), д.э.н., доцент Паштова Л.Г. (г.Москва), к.э.н., доцент Руденко М.Н. (г.Пермь), д.э.н., профессор Санталова М.С. (г.Воронеж), к.э.н., доцент Соболева С.Ю. (г.Волгоград), к.э.н., доцент Талалушкина Ю.Н. (г.Челябинск), к.э.н., доцент Терентьева О.Н. (г.Саратов), д.э.н., профессор Тинасилов М.Д. (г.Алматы), д.э.н., доцент Тугускина Г.Н. (г.Пенза), к.т.н., доцент Тытарь А.Д. (г.Ростов-на-Дону), к.э.н., доцент Уркумбаева А.Р. (г.Алматы), к.ф.-м.н., доцент Шматков Р.Н. (г.Новосибирск)

В сборнике научных трудов по итогам международной научно-практической конференции «Перспективы развития экономики и менеджмента» (г.Челябинск) представлены научные статьи, тезисы, сообщения студентов, аспирантов, соискателей учёных степеней, научных сотрудников, ординаторов, докторантов, практикующих специалистов Российской Федерации, а также коллег из стран ближнего и дальнего зарубежья.

Авторы опубликованных материалов несут ответственность за подбор и точность приведенных фактов, цитат, статистических данных, не подлежащих открытой публикации. Мнение редакционной коллегии может не совпадать с мнением авторов. Материалы размещены в сборнике в авторской правке.

Сборник включен в национальную информационно-аналитическую систему "Российский индекс научного цитирования" (РИНЦ).

## Оглавление

<b>СЕКЦИЯ №1.</b>	
<b>ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.01).....</b>	<b>7</b>
ДОХОДНОСТЬ ТРУДА В СИСТЕМЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ТРУДОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ Киреев В.Е. ....	7
ОСОБЕННОСТИ СОЦИАЛЬНОГО КАПИТАЛА КАК СОСТАВЛЯЮЩЕЙ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА Якунина Р.П. ....	9
РЫНОК АВИАЦИОННЫХ ПАССАЖИРСКИХ ПЕРЕВОЗОК В РОССИИ КАК ПРИМЕР КЛАССИЧЕСКОЙ ОЛИГОПОЛИИ Фальков Ю.А. ....	11
СТРУКТУРНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ РЕАЛЬНОГО СЕКТОРА РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ Соловьев Д.П. ....	16
<b>СЕКЦИЯ №2.</b>	
<b>ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НАРОДНЫМ ХОЗЯЙСТВОМ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.05) .....</b>	<b>18</b>
АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ИПОТЕЧНОГО КРЕДИТОВАНИЯ В РОССИИ Чермит З.А. ....	18
АНАЛИЗ ИСХОДНЫХ БАЗИСОВ, НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ Андреев В.В. ....	21
АНАЛИЗ КЛЮЧЕВЫХ ФАКТОРОВ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ, ВЛИЯЮЩИХ НА ТРАНСФОРМАЦИЮ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ Бирюков В.А. ....	25
ГОСУДАРСТВЕННОЕ УПРАВЛЕНИЕ ИСТОЧНИКАМИ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ Курбанбаева Д.Ф. ....	28
ДИАГНОСТИКА ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ И ОЦЕНКА ВЕРОЯТНОСТИ ЕГО БАНКРОТСТВА Панина Е.Б., Панин А.И. ....	31
К ВОПРОСУ ОБ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РЕГИОНА В НОВЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ Копеин В.В., Филимонова Е.А., Копеин А.В. ....	35
КОНСТИТУЦИОННЫЕ ОСНОВЫ КОНКУРЕНТНЫХ ОТНОШЕНИЙ Таланцев В.И. ....	38
МЕТОДИКА РАСЧЁТА ПОТРЕБНОСТИ В ИСТОЧНИКАХ ФИНАНСИРОВАНИЯ АКТИВОВ Бобок В.С. ....	41
ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ СНИЖЕНИЯ СТОИМОСТИ И СОКРАЩЕНИЯ СРОКОВ СТРОИТЕЛЬСТВА И РЕКОНСТРУКЦИИ ОСНОВНЫХ ФОНДОВ ПРЕДПРИЯТИЯ Нарская О.И. ....	44
ОСОБЕННОСТИ НАУЧНОЙ ПРОДУКЦИИ СОЗДАВАЕМОЙ НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИМИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ СПЕЦИАЛИЗАЦИИ Колязина Е.В. ....	47
ОТЛИЧИТЕЛЬНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ ИННОВАЦИОННОГО ТИПА Гаврилов Д.А. ....	49
О ФАСИЛИТИ МЕНЕДЖЕРЕ В УПРАВЛЕНИИ ИНФРАСТРУКТУРОЙ ОРГАНИЗАЦИИ Желнова К.В. ....	52
ПОВЫШЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ УСТОЙЧИВОСТИ БЮДЖЕТНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ Полина Н.А. ....	55
РОЛЬ ИННОВАЦИЙ В РАЗВИТИИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПОТЕНЦИАЛА Девяткин А.Г. ....	57
СОСТОЯНИЕ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА ТАЙМЫРСКОГО ДОЛГАНО-НЕНЕЦКОГО МУНИЦИПАЛЬНОГО РАЙОНА Белоносов Д.С. ....	59
ТЕЛЕВИЗИОННОЕ ПРОДЮСИРОВАНИЕ КАК КЛЮЧЕВОЙ ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТЕЛЕКОМПАНИЙ Ливсон М.В. ....	62
ЭФФЕКТИВНОСТЬ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ВЛАСТИ И БИЗНЕСА В ОТНОШЕНИЯХ СОБСТВЕННОСТИ Козырев В.В. ....	64

<b>СЕКЦИЯ №3.</b>	
<b>ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.10).....</b>	<b>67</b>
ИССЛЕДОВАНИЕ АНТИКРИЗИСНЫХ ИНСТРУМЕНТОВ НА УРОВНЕ СУБЪЕКТОВ РФ: МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ	
Горбов В.А., Анненкова А.А. ....	67
ИСТОРИЯ ПРОМЫСЛОВОГО НАЛОГА В РОССИИ	
Бунько В.А. ....	69
К ВОПРОСУ ОБ ИЗМЕНЕНИИ РОЛИ НЕГОСУДАРСТВЕННЫХ ПЕНСИОННЫХ ФОНДОВ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ	
Андрющенко Г.И., Царитова К.Г. ....	72
К ВОПРОСУ ОБ ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ФИНАНСОВОЙ СТРАТЕГИИ КОМПАНИИ	
Савцова А.В., Неделько О.М. ....	74
ОРГАНИЗАЦИЯ КОНТРОЛЬНО-РЕВИЗИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА УРОВНЕ СУБЪЕКТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ ДАГЕСТАН)	
Гаджиев Н.Г., Ахмедова Х.Г., Гаджиев М.Н. ....	78
О ФАКТОРАХ РАЗВИТИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ СТАВРОПОЛЬСКОГО КРАЯ	
Савцова А.В., Наврадов Ю.А. ....	80
РАСШИРЕНИЕ ПРОГРАММ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЁРСТВА В ОТРАСЛЯХ ПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ ВОЛГОГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ	
Кусмарцева Ю.В., Аникина И.Д., Гукова А.В. ....	83
СПОСОБЫ РАЗРЕШЕНИЯ АГЕНТСКИХ КОНФЛИКТОВ	
Савченко Н.Л., Хугаева О.С. ....	85
<b>СЕКЦИЯ №4.</b>	
<b>БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЁТ, СТАТИСТИКА (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.12).....</b>	<b>88</b>
ОСНОВЫ ОРГАНИЗАЦИИ И УЧЕТА ТОРГОВЛИ ЧЕРЕЗ ИНТЕРНЕТ	
Арутюнова А.А., Галицкая Ю.Н. ....	88
ОСОБЕННОСТИ АУДИТОРСКОЙ ПРОВЕРКИ УЧЕТА КОРМОВ В ЖИВОТНОВОДСТВЕ	
Цыгулева С.Н., Ковалева Е.А. ....	90
<b>СЕКЦИЯ №5.</b>	
<b>МАТЕМАТИЧЕСКИЕ И ИНСТРУМЕНТАЛЬНЫЕ МЕТОДЫ ЭКОНОМИКИ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.13).....</b>	<b>92</b>
ОЦЕНКА ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ЭЛЕМЕНТОВ МЕЗОЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ЭВОЛЮЦИОННОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ	
Андреева Т.А. ....	92
ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ПРОВЕДЕНИЯ ФУНКЦИОНАЛЬНО-СТОИМОСТНОГО АНАЛИЗА	
Макарова А.А. ....	95
<b>СЕКЦИЯ №6.</b>	
<b>МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.14).....</b>	<b>97</b>
ФИНАНСИРОВАНИЕ ОРГАНОВ МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ – ПУТИ РЕШЕНИЯ	
Сенченко П.В., Руденко И.А., Дауров А.А., Галин Р.Р. ....	97
<b>СЕКЦИЯ №7.</b>	
<b>БАНКОВСКОЕ И СТРАХОВОЕ ДЕЛО.....</b>	<b>99</b>
МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ОЦЕНКИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО КАПИТАЛА БАНКОВ	
Пономарев С.А., Халилова М.Х. ....	99
<b>СЕКЦИЯ №8.</b>	
<b>ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ В СОВРЕМЕННОМ МЕНЕДЖМЕНТЕ .....</b>	<b>101</b>
<b>СЕКЦИЯ №9.</b>	
<b>ВОПРОСЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ .....</b>	<b>101</b>
<b>СЕКЦИЯ №10.</b>	
<b>МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА И МЕЖДУНАРОДНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОТНОШЕНИЯ .....</b>	<b>101</b>
АНАЛИЗ ИНВЕСТИЦИОННОГО СОТРУДНИЧЕСТВА СТРАН В ОБЛАСТИ ЭКОНОМИКИ	
Удалов О.Ф., Бодрикова О.А., Второв В.В. ....	101

<b>СЕКЦИЯ №11.</b>	
<b>МАРКЕТИНГ .....</b>	<b>104</b>
<b>КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ГОСТИНИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ РОССИИ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОГО СПАДА</b>	
Кандыба Р.А. ....	104
<b>МАРКЕТИНГОВЫЕ ОСНОВЫ ВНЕДРЕНИЯ ИННОВАЦИЙ В ДОЛГОСРОЧНОМ РАЗВИТИИ ХОЗЯЙСТВУЮЩИХ СУБЪЕКТОВ</b>	
Каткова Т.В. ....	106
<b>ПРОБЛЕМЫ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ПО ПЕРЕРАБОТКЕ ПЛОДООВОЩНОЙ ПРОДУКЦИИ</b>	
Брянская О.Л. ....	109
<b>СЕКЦИЯ №12.</b>	
<b>PR И РЕКЛАМА .....</b>	<b>111</b>
<b>СПОНСОРИНГ КАК ЧАСТЬ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ НА ПРЕДПРИЯТИИ (НА ПРИМЕРЕ ОАО «МОНДИ СЫКТЫВКАРСКИЙ ЛПК»)</b>	
Берневега С.И., Фёдорова А.Ю. ....	111
<b>ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ УПРАВЛЕНИЯ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ СТРАХОВОЙ КОМПАНИИ</b>	
Челнокова К.Н., Жесткова Н.А. ....	115
<b>СЕКЦИЯ №13.</b>	
<b>ОПЕРАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ .....</b>	<b>117</b>
<b>СЕКЦИЯ №14.</b>	
<b>ПРОБЛЕМЫ МАКРОЭКОНОМИКИ .....</b>	<b>117</b>
<b>СЕКЦИЯ №15.</b>	
<b>ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ .....</b>	<b>117</b>
<b>СЕКЦИЯ №16.</b>	
<b>СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ .....</b>	<b>117</b>
<b>ИЗ ОПЫТА РАБОТЫ КОМБИНАТА ПИТАНИЯ УРАЛЬСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО УНИВЕРСИТЕТА</b>	
Ракульцева Н.Г. ....	117
<b>ИССЛЕДОВАНИЕ СТРАТЕГИИ ВЫХОДА ИЗ КРИЗИСА АВИАЦИОННОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ</b>	
Комарова Н.В. ....	119
<b>ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИЙ НА КОНКУРЕНТНОМ РЫНКЕ ВУЗОВСКОГО ОБЩЕПИТА</b>	
Лукиных М.И., Ракульцева Н.Г. ....	122
<b>ФИНАНСОВАЯ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТЬ СЛИЯНИЙ И ПОГЛОЩЕНИЙ</b>	
Алферов Н.В. ....	124
<b>СЕКЦИЯ №17.</b>	
<b>ТЕОРИЯ УПРАВЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИМИ СИСТЕМАМИ .....</b>	<b>125</b>
<b>ОСОБЕННОСТИ РЕГЛАМЕНТАЦИИ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ КОММУНИКАЦИЙ В КОРПОРАТИВНЫХ ОБРАЗОВАНИЯХ ОБОРОННОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ</b>	
Шеленкова Е.В. ....	125
<b>СЕКЦИЯ №18.</b>	
<b>ТЕОРИЯ СОВРЕМЕННОГО МЕНЕДЖМЕНТА .....</b>	<b>127</b>
<b>СЕКЦИЯ №19.</b>	
<b>УПРАВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ ПЕРСОНАЛА .....</b>	<b>127</b>
<b>АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ УПРАВЛЕНИЯ ВРЕМЕННЫМ ПЕРСОНАЛОМ</b>	
Шутина О.В., Огорелкова Н.И. ....	127
<b>СЕКЦИЯ №20.</b>	
<b>ФИНАНСЫ И НАЛОГОВАЯ ПОЛИТИКА .....</b>	<b>130</b>
<b>ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ НАЛОГОВОЙ СИСТЕМЫ И ГОСУДАРСТВЕННЫХ ВНЕБЮДЖЕТНЫХ ФОНДОВ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ</b>	
Храмцова В.В. ....	130

<b>СЕКЦИЯ №21.</b>	
<b>ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ.....</b>	<b>132</b>
РОЛЬ ИНВЕСТИЦИЙ В СОВРЕМЕННОМ РАЗВИТИИ АРХАНГЕЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ	
Васильева А.С. ....	132
<b>СЕКЦИЯ №22.</b>	
<b>ЭКОНОМИКА ТРУДА И УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ.....</b>	<b>135</b>
ВТОРИЧНАЯ ЗАНЯТОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ РОССИИ: ПРИЧИНЫ И ПОСЛЕДСТВИЯ	
Выскребенцева А.Н., Курбатова И.А. ....	135
КАДРОВЫЙ АУДИТ КАК ОСНОВА РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ СРЕДЫ	
Цветкова Е.В. ....	138
РОЛЬ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО КАПИТАЛА В ПРАКТИКЕ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ	
СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ	
Аношкина М.С. ....	142
<b>СЕКЦИЯ №23.</b>	
<b>ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ НАРОДОНАСЕЛЕНИЯ И ДЕМОГРАФИЯ .....</b>	<b>143</b>
<b>СЕКЦИЯ №24.</b>	
<b>ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ.....</b>	<b>144</b>
ИНТЕГРИРОВАННАЯ СИСТЕМА МЕНЕДЖМЕНТА КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ	
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СОВРЕМЕННОГО ВУЗА	
Горюнов И.В.....	144
<b>БУЛГУЧЕВ МУРАТ ХАМЗАТОВИЧ.....</b>	<b>147</b>
<b>ПЛАН КОНФЕРЕНЦИЙ НА 2015 ГОД .....</b>	<b>150</b>

## **СЕКЦИЯ №1. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.01)**

### **ДОХОДНОСТЬ ТРУДА В СИСТЕМЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ТРУДОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

**Киреев В.Е.**

Орловский государственный университет им. И.С. Тургенева, г.Орел

Проблема оценки эффективности трудовой деятельности занимает центральное место в дискуссиях экономического сообщества. Существует множество различных показателей эффективности труда, но наличие единого эталонного признания показателя не прижилось в ученой среде.

В экономике труда существует множество классификаций показателей эффективности труда, часто выделяют четыре группы. Первая отражает производственную эффективность, выражаемую в увеличении вновь созданной прибавочной стоимости, вторая группа представлена показателями отражающими финансовую составляющую трудового процесса или, так называемая, денежная эффективность. Третью группу составляют показатели обеспеченности труда необходимыми ресурсами; четвертую, специфическую группу, составляют показатели, характеризующие степень напряженности трудового процесса и никак не могут выражаться в стоимостной форме.

К группе показателей отражающих производственную эффективность относят производительность труда (или выработку) и трудоемкость произведенной продукции. В группу показателей обеспеченности труда ресурсами относятся фондовооруженность и энерговооруженность. Фондовооруженность труда – показатель, характеризующий обеспеченность труда основными фондами, выражается в стоимости основных фондов, приходящейся на одного рабочего. Однако, стоит отметить о специфической черте данного показателя: так существует дифференциация в степени износа основных фондов, в результате чего менее обеспеченные работники могут производить больше добавленной ценности в силу менее изношенного оборудования. Второй специфической чертой является то, что оборудование может иметь не полную загрузку мощностей, следствием чего также являются потери в производительности.

Энерговооруженность труда представляет собой показатель, характеризующий взаимосвязь затрат труда с потреблением энергии в процессе производства (тепловой, механической, электрической и т.д.). Повышение энерговооруженности является критерием роста научно-технического процесса, и, следовательно, применение результатов последнего способствует росту производительности труда.

К показателям напряженности трудовых процессов относят: интенсивность и энергоэффективность труда. Под энергоэффективностью труда понимают показатель отражающий эффективное использование человеческой энергии. Данный показатель сугубо специфический и имеет трудоемкий процесс вычисления. Обычно используется при сравнении результатов производственного процесса у сотрудников, занятыми одинаковым видом деятельности. В результате вычисляется работник с наименьшими затратами израсходованной энергии, при этом произведшим больше продукции или оказал услуг.

К группе показателей денежной эффективности относятся: доходность труда, зарплатоемкость, зарплатоотдача и рентабельность труда. Под зарплатоемкостью стоит понимать величину заработной платы на 1 рубль изготовленной продукции, показывает количество рублей (или иной валюты), содержащейся в каждом рубле (или иной валюты) в валовой выручке. Обратным показателем зарплатоемкости, является зарплатоотдача, который показывает объем реализованной продукции на 1 рубль заработной платы, характеризует объем оборота на единицу заработной платы.

Следующим показателем денежной эффективности является рентабельность труда, который показывает эффективность труда выраженную в полученной прибыли и затраченного ресурса труд. Показатель рентабельности в общем виде рассчитывается как отношение полученного положительного результата труда (прибыли) в сумме понесенных при этом затрат. В макроэкономическом аспекте рентабельность труда характеризуется долей заработной платы в национальном доходе государства.

Стоит отметить что необходимо разграничивать понятия доходность труда, используемое в экономике труда, предельная доходность труда - в микроэкономике и в финансах – доходность.

Согласно Азрилияну А.Н., в общем экономическом смысле, доходность – это способность приносить доходы [1, с. 128]. Ковалев В.В. определяет доходность как норму прибыли, которую хочет или может позволить

себе инвестор [4, с. 378]. В данном определении автор предполагает эффективность финансовых вложений в актив. Согласно микроэкономическому подходу Нуреева Р.М. [6, с. 292], предельная доходность труда – способность приносить дополнительный доход за счет привлечения дополнительной единицы ресурса труда. Предполагается, что по мере вовлечения труда, доходность достигает определенного максимума, а затем начинает постепенно снижаться. Наблюдается эффект предельных величин, разработанный в концепции австрийской школы маржинализма. Подход экономики труда Щербакова А.И. гласит, что доходность труда – объем произведенной продукции на 1 рубль всех затрат труда [9, с. 18]. Данное понятие отражает денежную эффективность. Существует также точка зрения, что доходность труда представляет собой отношение полезного результата производства ко всем затратам на труд, включая заработную плату. В данном контексте учитываются совокупные издержки на труд, подразумевается экономическая эффективность данного показателя.

Как и производительность доходность труда по критерию масштаба подразделяется на индивидуальную, т.е. одного работника, локальную – подразделения или предприятия и общехозяйственную – национальной экономики в целом.

Следует различать понятия доходности труда и нормы прибавочной стоимости. Существенное отличие состоит в том, что весь результат прибавочной стоимости, созданный чужим трудом, т.е. нанятым работников, полностью присваивается капиталистом, т.е. владельцем ресурса капитал и имеет место отсутствие целесообразности использования данного продукта [5, с. 229]. В то время как теория доходности труда предполагает гарантию заработанного вознаграждения за труд, а также рациональное использование и увеличение потенциала работников как необходимое условие увеличения прибыли [7, с. 41].

Оценка доходности труда позволяет определить целесообразность трудовой деятельности на микро, мезо и макроэкономическом уровнях. На микроуровне доходность труда характеризует уровень развития предприятия или отдела организации или же самого работника. Уровнем выше, на мезоэкономическом, данный показатель свидетельствует о развитии региона, качество и эффективность проводимой региональной политики. Влияние доходности на макроэкономическом уровне обуславливается уровнем экономического развития государства в целом, а также результативность и эффективность применяемых мер в рамках кратко, средне и долгосрочной политики правительства государства.

Исследования показывают, что существует взаимосвязь между доходностью труда и социально-экономическими показателями, характеризующими состояние рынка труда: занятость, безработица и др., углубляясь и до отраслевого уровня. На уровне национальной экономики политика в области повышения доходности труда способствует увеличению общей эффективности труда и стабильному экономическому росту [8].

На отраслевом уровне, в частности в промышленности, доходность труда является основным критерием эффективности, на который воздействует общая экономическая обстановка. В сельском хозяйстве доходность труда и качество трудового потенциала выступают неким индикатором при формировании занятости на конкретной территории [2]. Стабильный рост данного показателя обеспечивает устойчивое развитие рынка труда и снижение макроэкономической напряженности.

Доходность труда предполагает сбалансированное использование всех видов ресурсов на основе комплексного учета социально-экономических критериев. Стабильность роста данного показателя может обеспечиваться своевременным реагированием на изменения макроэкономической конъюнктуры, которая в рыночных условиях носит нестабильный характер.

Таким образом, доходность труда как показатель денежной эффективности труда является одним из важных показателей, на который следует обращать внимание при проведении долгосрочной политики.

#### Список литературы

1. Большой экономический словарь: 25000 терминов. Под ред. Азрилияна А.Н. – М.: Институт новой экономики, 2010. - 1472 с.
2. Вишневская Н.Г., Егорова М.А. Трудовые ресурсы сельской местности: проблемы и перспективы развития // Наукоедение. 2014. №2. Режим доступа: <http://naukovedenie.ru/PDF/154EVN214.pdf>
3. Киреев В.Е. Производительность труда: понятие, сущность и концептуальные подходы к оценке в контексте отечественных и зарубежных исследователей. // «Наука XXI века: теория, практика, перспективы»: мат. междунар. науч.-практ. конф. Уфа: Омега сайнс, 2014. С. 100-102.
4. Ковалев В.В. Финансы. – М.: Проспект, 2013. – 928 с.
5. Маркс К. Капитал. Том 1. Книга 1: процесс производства капитала. Пер. с нем. – М.: издательство политической литературы, 1978. – 907 с.
6. Нуреев Р.М. Курс микроэкономики. – М.: Инфра-М. 2014. – 696 с.

7. Потуданская В.Ф., Цыганкова И.В. Экономика труда. – Омск: ОмГТУ, 2006. - 82 с.
8. Цыганков В.А. Эволюция подходов к оценке эффективности труда в современной экономике // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. 2014. №1 (26). С.110-112.
9. Щербаков А.И. Совокупная производительность труда и основы ее государственного регулирования. – М.: Изд-во РАГС, 2004. – 284 с.

## ОСОБЕННОСТИ СОЦИАЛЬНОГО КАПИТАЛА КАК СОСТАВЛЯЮЩЕЙ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА

**Якунина Р.П.**

Казанский (Приволжский) Федеральный Университет, г.Казань

В последнее время «социальный капитал» является наиболее популярным понятием в теоретической социологии, а также оно достаточно часто употребляется в повседневных теоретико-социологических дискуссиях. Понятие социального капитала происходит из таких источников, как позитивные следствия «общительности» индивида, в то время как его замкнутость может привести к негативным результатам. Вторым же источником будет являться нематериальное влияние и власть. Тем самым сокращается дистанция между социологической и экономической позициями в решении рыночных проблем.

Впервые понятие «социальный капитал» было введено французским социологом Пьером Бурдьё в 1980 году. Данное понятие предназначено для обозначения социальных связей, которые могут выступать ресурсом для получения выгод. В концепции Пьера Бурдьё - социальный капитал является исключительно групповым ресурсом. Его ценность заключается в возможности снижения транзакционных издержек, что, в свою очередь, приводит к увеличению прибыли организации. Предпосылкой для построения социального капитала является установление дружественных и честных отношений между участниками разных групп. Постоянно увеличивая общий социальный капитал, участники группы укрепляют связи друг с другом и одновременно становятся в некотором смысле богаче. Иными словами, чем крепче взаимосвязь и чем больше взаимозависимость между членами группы, тем больше социальный капитал. Чем больше же социальный капитал, тем меньше необходимость в нормативном регулировании отношений. Таким образом, снижаются временные транзакционные издержки: отпадает необходимость письменного фиксирования договоренности и привлечения внешних свидетелей.

Американский теоретик-социолог Джеймс Коулман в своей статье «Социальный капитал в производстве человеческого капитала» (1988) предложил обновленную концепцию. Согласно этой концепции, социальный капитал является общественным благом, однако производится индивидами с целью последующего извлечения выгоды. При этом индивид признается свободным и рациональным. Предполагается, что для построения социального капитала необходим некий социальный контракт, наличие социальных норм и обмен. Последнее невозможно без определенного уровня доверия. Помимо этого, Коулман характеризует социальный капитал как «различные сущности, которые похожи в двух аспектах. Во-первых, все они состоят из нескольких разных элементов социальной структуры; а во-вторых, их содействие определенным индивидуальным и корпоративным действиям осуществляется в пределах структуры». Таким образом, преимущество социального капитала по-прежнему видится в сокращении транзакционных издержек, так как определенный уровень доверия позволяет избегать бюрократии.

Под социальным капиталом в экономической теории будем понимать ресурсы, которые могут быть использованы их владельцами (индивидами) для реализации из интересов и удовлетворения потребностей. Концепция социального капитала дает возможность подсчитать результаты на индивидуальном уровне, а также осуществить микро- и макропереходы без детализации структур. При помощи данной концепции (социального капитала) ученым дается возможность показать, как организационные ресурсы комбинируются с другими ресурсами на различных уровнях обобщения и в разных системах поведения. Помимо этого, удастся показать к каким результатам это приводит. Некоторые же ученые пытаются более детально изучить организационные ресурсы, выявить элементы, которые являются критическими для их использования. А также в каждом отдельном случае исследовать их перераспределение.

Основными предпосылками формирования социального капитала общества являются человеческий капитал и человеческий потенциал. Если говорить о социальном капитале, то предполагаются его духовные и материальные ценности. Социальное, правовое и политическое устройство, определяющие возможности и

условия его существования и развития как элемента мирового сообщества, его вклад в культуру человечества, а также способность сохранять себя и самовоспроизводиться, гарантировать права человека и условия для всестороннего развития его личности.

Социальный капитал, как сложное явление, состоит из ряда основополагающих элементов. Один из них — организация системы образования и уровень образованности общества. Еще Лейбниц подчеркивал, что тот, кто держит в своих руках образование, определяет будущее своего народа. Образование во многом формирует мировоззрение и способствует получению социального и профессионального опыта и навыков. Система образования — это важнейший институт социализации молодого поколения. Второй важнейший элемент социального капитала — состояние здоровья населения и организация здравоохранения как социального института. Состояние здоровья во многом предопределяет возможность людей принимать или не принимать участие в важнейших областях жизнедеятельности общества. Качество здоровья населения оказывает самое непосредственное влияние на экономическое благополучие общества. Инвестиции в здоровье дают самый быстрый и ощутимый экономический эффект.

Особое значение среди факторов, влияющих на социальный капитал, приобретает так называемая демографическая ситуация. Плохая демография — это отрицательный социальный капитал. Демография имеет исключительную значимость для такой составляющей социального капитала, как обороноспособность страны. Для защиты государственного суверенитета и территориальной целостности России необходимы не только современное оружие, но и люди определенного возраста и состояния здоровья.

Социальный капитал имеет ряд специфических черт. Во-первых, это всегда продукт организованного взаимодействия, поэтому он имеет общественную, а не индивидуальную природу. Во-вторых, социальный капитал как элемент функционирования социально-организованной общественной системы не может находиться в частной собственности, т.е. является общественным благом. Несмотря на то, что социальный капитал не является собственностью отдельной фирмы, он входит в структуру активов фирмы и используется каждым предприятием по мере возможности.

Социальный капитал связан с тем, что каждый экономический субъект объединен в систему социальных отношений. Это капитал общения, сотрудничества, взаимодействия, взаимного доверия и взаимопомощи, формируемого в пространстве межличностных экономических отношений. Диалог, открытость позволяют людям учиться друг у друга. Этот процесс может быть охарактеризован как социальное обучение. Практически все наши интеллектуальные преимущества состоят в знаниях, которые передаются обществом и приобретаются в процессе социализации, интеграции в систему общественных отношений. Эти знания характеризуют социальную квалификацию.

Таким образом, приходим к выводу, что социальный капитал — это знания, умения и навыки, которые передаются и развиваются через взаимоотношения между работниками, партнерами, поставщиками и покупателями. Социальный капитал создается, благодаря обмену знаниями между людьми, а это требует существования общей организационной среды, в которой мог бы свободно и непрерывно осуществляться подобный обмен. Социальный капитал может быть определен как некоторый набор общественных отношений, который минимизирует операционные затраты информации в пределах всей экономики.

#### Список литературы

1. Бурдьё П. Формы капитала, пер. с англ. М.С. Добряковой // Экономическая социология. — 2002. — Т. 3. — № 5.
2. Козырева П.М. Межличностное доверие в контексте формирования социального капитала // СОЦИС. — 2009. — №1. С.43-54.
3. Коулман Дж. (англ.) Капитал социальный и человеческий // Общественные науки и современность. — 2001. — № 3.
4. Полищук Е.А. Социальный капитал и его роль в экономическом развитии // Вестник Санкт – Петербургского университета. – 2005. – Сер.5. – Вып.1. – С. 10-16.
5. Шингаров Г.Х. О соотношении понятий «человеческий потенциал», «человеческий фактор» и «человеческий капитал» // Человеческий потенциал современной России. М.: Изд-во СГУ, 2005.
6. Шингаров Г.Х., Волов В.Т. Образование в пенитенциарной системе: поле применения новых социальных технологий // Инновационные образовательные технологии: социально-антропологические аспекты. М.: Изд-во СГУ, 2009.
7. Мачеринскене И., Минкуте – Генриксон Р., Симанавичене Ж. Социальный капитал организации: методология исследования // Социальная политика. – 2006. – №3. – С.29-39.

# РЫНОК АВИАЦИОННЫХ ПАССАЖИРСКИХ ПЕРЕВОЗОК В РОССИИ КАК ПРИМЕР КЛАССИЧЕСКОЙ ОЛИГОПОЛИИ

**Фальков Ю.А.**

МГИМО (у) МИД РФ, г.Москва

## 1. Введение.

Гражданская авиация давно заняла прочную позицию среди других видов транспорта как в большинстве регионов мира, так и в Российской Федерации, где географические условия и протяженность территорий диктуют необходимость интенсивного использования авиационного транспорта, а сообщение с отдельными регионами страны и вовсе невозможно без авиации ввиду отсутствия доступа к другим видам транспорта. Об этом, в частности, говорит тот факт, что в 2012 году в России пассажирооборот воздушного транспорта более, чем на 70%, превысил пассажирооборот железнодорожного транспорта, хотя в 2000 году уступал ему более, чем в 2 раза, согласно докладу Директора Авиационного Сертификационного Центра ГосНИИ ГА Страдомского О.Ю. на конференции 2013 г. «ТОиР Авиационной Техники в России и СНГ»<sup>1</sup>.

В мировых масштабах авиационные пассажирские перевозки (АПП) также играют важнейшую роль как в экономическом развитии (по прогнозу Международной Ассоциации Воздушного Транспорта (IATA), затраты на гражданскую авиацию в 2015 г. составят 270 млрд. долл., т.е. около 1% мирового ВВП), так и в социальной сфере, предоставляя 2.45 млн. рабочих мест в индустрии и более 58 млн. – в связанных с ней отраслях «технологической цепочки». Общемировой объем налоговых поступлений от предприятий гражданской авиации в 2015 составит более 125 млрд. долл.<sup>2</sup>.

Не секрет, что авиация, в первую очередь, коммерческая напрямую зависит от общей экономической и политической ситуации. В годы после нефтяного кризиса 1973 г., а также, в особенности, в последнее время развитие гражданской авиации нередко страдало от роста цен на нефть, региональной политической нестабильности или препятствий со стороны государственных органов, регулирующих деятельность в данной отрасли. При этом развитие АПП напрямую зависит от роста экономики, что отмечают различные исследователи (например, С.А. Лукьянов и Е.В. Тиссен). Таким образом можно сделать вывод, что успешное и стабильное развитие гражданской авиации является показателем общего положительного состояния экономики.

При написании данной работы в качестве основных источников использовались статистические данные Федерального Агентства Воздушного Транспорта, официальные документы Межгосударственного Авиационного Комитета, ГосНИИ Гражданской Авиации, Международной Организации Гражданской Авиации (ICAO), Международной Ассоциации Воздушного Транспорта (IATA), годовые отчеты российских и иностранных авиакомпаний, а также исследования У. Баумоля, У. Шепарда, Костроминой Е.В., С. А. Лукьянова, Е. В. Тиссен и других отечественных и зарубежных авторов.

## 2. Олигополии и монополии на рынке авиаперевозок

Стратегия развития авиакомпании имеет в своей основе стремление к монополизации того или иного сегмента рынка. Выражается это, в первую очередь, в борьбе за монополизацию отдельных направлений авиаперелётов, но в целом авиакомпании как правило ведут себя на рынке как олигополисты.

Монополия подразумевает, что только один поставщик определяет ценообразование и другие условия рынка. Остальные конкуренты могут существовать, но они настолько малы и незначительны, что не могут воздействовать на влияние главного поставщика на весь рынок.

Монополия в авиакомпаниях может возникнуть, когда одна авиакомпания контролирует возможных 90% представленного маршрута, в то время как другие одна-две авиакомпании имеют около 10%, а остальные авиакомпании не имеют никакого влияния, в силу того, что они либо не могут (ввиду низкой пропускной способности аэропорта), либо вообще не собираются конкурировать (из-за отсутствия возможности вступить в борьбу с действующими игроками).

Таким образом, то, что делают другие авиакомпании в рамках ценообразования и политики, становится абсолютно неважным, поскольку 90% всех пассажиров вынуждены пользоваться перевозками перевозчика-монополиста, т.к. на других авиакомпаниях мест просто нет. Итак, главная авиакомпания может диктовать тарифы.

<sup>1</sup> ФГУП Государственный Научно-Исследовательский Институт Гражданской Авиации [http://www.atminst.ru/up\\_files/doklad\\_stradomski\\_28-01-2014.pdf](http://www.atminst.ru/up_files/doklad_stradomski_28-01-2014.pdf)

<sup>2</sup> IATA Annual Report 2014 <https://www.iata.org/whatwedo/Documents/economics/IATA-Economic-Performance-of-the-Industry-end-year-2014-report.pdf>

Гораздо чаще на рынке авиаперевозок встречается ситуация, когда существует несколько главных поставщиков услуг, и они ведут себя стратегически на рынке, основанном на ожидании и реальности того, как поведет себя каждый игрок.

Подобная ситуация часто проявляется в случаях, например, когда одна авиакомпания решает объявить о повышении тарифа, следом за ней остальные авиакомпании решают, повышать или нет свои соответственно. Далее первая авиакомпания может отменить повышение тарифа, если заметит, что остальные по большей части отказались от повышения.

Попробуем оценить ситуацию на российском рынке АПП с помощью наиболее популярных методов, которые используют экономисты для измерения концентрации фирм на рынке – коэффициента концентрации (Concentration Ratio, CR<sub>n</sub>) и индекса Херфиндаля-Хиршмана (НИИ).

Для того, чтобы дать первоначальную, грубую оценку того, можно ли отнести российский рынок пассажирских авиаперевозок к олигополистическому или монополистическому, используется упрощенный способ определения доли рынка крупнейших игроков – коэффициент концентрации. Обычно применяется коэффициент концентрации четырех главных компаний (CR<sub>4</sub>).<sup>3</sup>

Если четыре крупнейших компании на рынке имеют от 80% до 100% рынка, это обычно означает, что рынок монополистический. Если же четыре главные компании имеют от 50% до 80% рынка, можно сделать вывод, что данный рынок представляет собой олигополию. В том случае, если процентное соотношение ниже 50%, рынок выходит за пределы определений «олигополия» и «монополия» и близок к совершенной конкуренции.

Рассмотрим данные о пассажирских авиаперевозках в 2013-2014 гг. по данным ИК «Регион»<sup>4</sup>:

Таблица 1

Рейтинги российских авиагрупп\* по итогам 9 месяцев 2014 года

По пассажиропотоку					
Рейтинг 9м 2014	авиагруппа	пассажиропоток, млн чел.	доля 9м 2014	доля 9м 2013	рейтинг 9м 2013
1	"Аэрофлот"	26,5	36%	37%	1
2	"Трансаэро"	10,5	14%	15%	2
3	"ЮТэйр"	7,8	11%	10%	4
4	S7	7,7	11%	11%	3
5	"Уральские авиалинии"	4,1	6%	5%	5
6	"Северный ветер"	3,7	5%	4%	6
7	"Таймыр" и "Нордавиа"	1,5	2%	2%	7
8	"Вим Авиа" и "Башкортостан"***	1,2	2%	2%	8
9	"Ямал"	1,2	2%	2%	9
10	"Когалымавиа"	1,1	2%	1%	11
По пассажирообороту					
Рейтинг 9м 2014	авиагруппа	пассажирооборот, млрд пасс-км.	доля 9м 2014	доля 9м 2013	рейтинг 9м 2013
1	"Аэрофлот"	69,1	37%	38%	1
2	"Трансаэро"	36,5	19%	21%	2
3	"ЮТэйр"	16,7	9%	8%	4
4	S7	16,2	9%	9%	3
5	"Уральские авиалинии"	10,5	6%	5%	6
6	"Северный ветер"	10,0	5%	6%	5

<sup>3</sup> Л.В. Рой, В.П. Третьяк, «Анализ отраслевых рынков», учебник. М., «ИНФРА-М», 2008, с. 35-36

<sup>4</sup> ИК «Регион», ежеквартальный обзор «Транспорт России: в красной зоне» <http://www.region.ru/produkty-i-uslugi/analitika/transport/ezhekvaralniy-obzor/2014-12-09%20%D0%A2%D1%80%D0%B0%D1%81%D0%BF%D0%BE%D1%80%D1%82%D0%BD%D1%8B%D0%B9%20%D0%BE%D0%B1%D0%B7%D0%BE%D1%80%20Q3%202014.pdf>

7	"Икар"	4,9	3%	0%	18
8	"Когалымавиа"	3,3	2%	1%	11
9	"Таймыр" и "Нордавиа"	3,2	2%	2%	7
10	I Fly	3,0	2%	2%	9

\*В виде групп представлены: «Аэрофлот» («Аэрофлот», «Донавиа», «Россия», «Оренбургские авиалинии», «Аврора» (в прошлом «Сахалинские авиатрассы»), «Владивосток Авиа»), S7 («Сибирь», «Глобус»), российские компании группы «ЮТэйр» («ЮТэйр», «ЮТэйр Экспресс», «ЮТэйр Карго», «Восток», «Катэкавиа» (с 2014 года)), "Ак БАРС Аэро" совместно с «Татарстаном» (до 2014 года), «Вим-Авиа» совместно с «Башкортостаном» (до 2014 года), «Таймыр» совместно с «Нордавиа» Источник: Росавиация, ТКП, расчеты и оценка ИК «РЕГИОН»

На основе этих данных можно вычислить коэффициент концентрации четырех крупнейших компаний. Таким образом, был найден  $CR_4$  в размере 72% и 74% по пассажиропотоку и пассажирообороту соответственно. Различные источники относят подобный уровень концентрации к умеренному или высокому, однако большинство сходится во мнении, что подобный рынок можно отнести к олигополистическому. Если посмотреть на более детальную статистику Росавиации, подобная ситуация видится еще более ярко выраженной (см. Приложение 1).

Мы видим, что на долю 15 крупнейших авиакомпаний приходится 87,8% пассажиропотока и 92,2% пассажирооборота, а практически 100% рынка контролируется 35 авиакомпаниями, в то время как на конец 2014 года в России существовало 115 авиакомпаний. На основе этих данных можно вычислить индекс Херфиндала-Хиршмана для российского рынка АПП, используемый для оценки монополизации отрасли:

$$HHI = \sum S_i^2$$

где  $S_i$  — доля  $i$ -го предприятия (в процентах) в общем выпуске отрасли.

Значение индекса составило 1122. Данная величина говорит о том, что, согласно критериям У.Шепарда<sup>5</sup>, данная отрасль является нормальной олигополией без доминирования какой-либо авиакомпании. Однако показатели концентрации, применимые к отрасли в целом, будут меняться в сторону возрастания при исследовании отдельных рынков, роль которых в случае с пассажирскими авиаперевозками играют отдельные маршруты. Также при расчете учитывалось 35 крупнейших компаний, однако, если учесть, что 15 из них занимают в совокупности всего 6% рынка, можно предположить, что в реальности может говорить о более высокой концентрации.

По количеству направлений и размеру флота также лидируют четыре авиахолдинга: группа «Аэрофлот», «Трансаэро», S7 Group и группа «ЮТэйр» (по данным годовых отчетов авиакомпаний за 2014 г.):

Таблица 2

Место	Авиакомпания/Холдинг	Количество ВС	Количество направлений
1	Группа «Аэрофлот»	218	293
2	Трансаэро	101	165
3	Группа «ЮТэйр»	156	117
4	S7 Group	61	80

Данный анализ является, в целом, упрощенным средством определения принадлежности рынка к олигополии/монополии. Иногда можно говорить о наличии олигополии даже в тех случаях, когда ключевые игроки рынка контролируют меньшую его долю, чем это было указано выше. В других случаях несколько компаний могут контролировать большую долю рынка, но при этом рынок нельзя назвать олигополистическим. Попробуем найти другие черты, присущие олигополистическому рынку.

### 3. Снижение конкуренции на рынке авиаперевозок.

Для анализа конкурентной среды на российском рынке пассажирских авиаперевозок использовался реестр сертификатов эксплуатанта Федерального Агентства Воздушного Транспорта. Для оценки числа авиакомпаний на рынке обратимся к статистике выданных и отозванных сертификатов эксплуатанта за 2011-2014 гг.:

<sup>5</sup> William G. Shepherd, "Dominance, Non-Dominance, and Contestability in A Telecommunications Market: A Critical Assessment", the National Regulatory Research Institute, 1990. P. 21-22.

Таблица 3

	2011	2012	2013	2014	2015 (01.06)
Выдано СЭ	5	3	5	12	2
Аннулировано СЭ	37	9	6	9	8
Имеют действующий СЭ	126	120	118	115	114

Таблица составлена по данным официального сайта Федерального Агентства Воздушного Транспорта [http://www.favt.ru/favt\\_new/?q=dejatelnost/aviakompanii/spravka\\_po\\_sostojaniju\\_sertifikatov\\_jekspluatantov](http://www.favt.ru/favt_new/?q=dejatelnost/aviakompanii/spravka_po_sostojaniju_sertifikatov_jekspluatantov)

В качестве пояснения к Табл.1 необходимо отметить тот факт, что по данным ФАВТ на декабрь 2014 г. в Российской Федерации было зарегистрировано 324 авиакомпании, при этом в нижней графе учтены только авиакомпании, имеющие возможность совершать коммерческие авиаперевозки (за вычетом компаний, имеющих сертификаты на авиационные работы или свидетельства эксплуатанта авиации общего назначения, а также авиакомпаний с приостановленными или ограниченными сертификатами эксплуатанта).

В работе «Рынок авиационных пассажирских перевозок России: квазиконкуренция или...?» С. А. Лукьянова и Е. В. Тиссен была отображена ситуация на рынке в 2006-2007 гг., в частности, был проведен анализ основных барьеров входа в отрасль пассажирских авиаперевозок и их воздействие на возможности конкуренции. Авторы делают вывод о существовании значительных структурно-технологических и поведенческих отраслевых барьеров входа, что ставит под вопрос существующее представление о российском рынке авиаперевозок как об отрасли с квазиконкуренцией в условиях современной экономики.

Обращаясь к работе Лукьянова и Тиссен, можно отметить, что в рассматриваемый период число эксплуатантов сократилось с 393 в 1994 г. до 183 в 2006 г., т.е. более, чем в 2 раза. К 2015 г. Этот показатель сократился почти в 4 раза, что позволяет сделать вывод о постепенной олигополизации российского рынка АПП.

#### 4. Черты, присущие олигополистическому рынку.

Помимо вышеуказанных критериев, таких как ограниченное число производителей, контролирующих основную долю рынка и снижения конкуренции, для олигополии присущи, как правило, следующие черты:

- Наличие барьеров входа: анализируя конкурентный рынок, мы можем сделать вывод о наличии олигополии, если налицо существование значительных структурно-технологических, административных, инвестиционных и других отраслевых барьеров входа, таких как ограниченность ресурсов, необходимость получения допусков и прохождения сертификации, и т.д. Подобная характеристика вполне применима к коммерческой авиации в целом, поскольку специфика данного бизнеса сама устанавливает достаточно высокие входные барьеры: большой объем первоначальных вложений, высокие риски для новых игроков ввиду ограниченного доступа к информации, невозможность реализации стратегии «ударить и убежать».

- Гомогенность товаров: члены олигополии предлагают схожий по своим характеристикам продукт; применительно к рынку пассажирских авиаперевозок можно смело утверждать, что авиакомпании предлагают идентичный продукт (авиационную перевозку пассажиров) с разницей в уровне сервиса и включенных дополнительных услуг (таких как перевозка багажа, питание на борту и пр.).

Рыночное взаимодействие на олигополистическом рынке характеризуется следующими чертами:

- Взаимозависимость: Взаимозависимость является ключевым показателем олигополии. Действия каждого из участников рынка оказывают влияние на рынок в целом, что побуждает других олигополистов к ответной реакции. Это означает, что каждая компания при выборе своей стратегии поведения (при формировании предложения) учитывает не только реакцию рынка в целом, но и реакцию других олигополистов.

- Слияния и сговор: Поскольку на олигополистическом рынке существует ограниченное число фирм, они будут, в первую очередь, стремиться к слияниям и сговору, чем к конкуренции. Слияния и сговор на олигополистическом рынке играют ключевую роль и позволяют фирмам-олигополистам еще более значительно усилить свое влияние на рынке.

- Неценовая конкуренция: При формировании предложения фирмы-олигополисты будут стремиться к дифференциации продукции (при условии гомогенности товаров предоставляя, по сути, иллюзию выбора), а не к конкуренции по цене. Также фирмы на таком рынке уделяют большое внимание маркетингу и рекламе продукта.

Даже при поверхностном взгляде всё вышперечисленное можно в полной мере отнести к рынку пассажирских авиаперевозок. Механизмы взаимозависимости используются авиакомпаниями при установлении цен на билеты, практика слияний выражается во все усиливающейся роли альянсов, код-шеринговых соглашений и поглощения крупными авиакомпаниями более мелких. Различные авиакомпании используют одну или

несколько подобных стратегий для укрепления своих позиций на рынке: так, 62 крупнейших авиакомпаний мира, в том числе Air France, Lufthansa, Delta Airlines, United Airlines, Qatar Airways, а также российские S7 и Аэрофлот состоят в трех альянсах, ежегодный пассажиропоток которых в совокупности составляет 1,7 млрд. пассажиров (для сравнения, объема пассажиропотока остальных авиакомпаний мира составляет около 1,2 млрд. пасс. Национальный перевозчик ОАЭ, компания Etihad Airways предпочитает приобретение акций других авиаперевозчиков для установления контроля над ними и расширения маршрутной сети. Многие авиакомпании, такие как Emirates, с осторожностью относятся к альянсам, видя в них угрозу для собственной свободы действий и предпочитают заключать код-шеринговые соглашения.

Что касается неценовой конкуренции, то её влияние очевидно для любого пассажира, так как маркетингу и рекламе, а также предложениям различных дополнительных услуг (таких как пользование отдельными залами ожидания, наличие программ лояльности и т.д.) уделяется особое внимание как среди традиционных перевозчиков, так и бюджетных авиакомпаний (лоу-костеров).

#### 5. Заключение.

В начале 2015 г. Виталий Геннадьевич Савельев, генеральный директор ОАО «Аэрофлот — российские авиалинии» заявил в интервью журналу Flightglobal: «В России 126 авиакомпаний – это слишком много для страны, для 100 млн пассажиров. Поэтому мы ждем, когда они начнут банкротиться». На данный момент сложно сказать, будет ли иметь подобная тенденция положительный эффект для отрасли и для потребителей. Однако, если привести в пример КНР, где пассажиропоток в 2013 составил 352 795 296 чел., то мы увидим, что данный объем перевозок, уступающий только США, обеспечивает около 70 авиакомпаний. Олигополизация может принести как положительные, так и отрицательные последствия для отрасли гражданской авиации, и для российского рынка роль данного процесса ещё предстоит выяснить.

Приложение 1

Перевозки пассажиров и пассажирооборот за январь-декабрь 2014 г. (международные и внутренние перевозки)

№	Авиапредприятие	Перевезено пассажиров, чел.	Пассажирооборот, тыс.пасс.км.
		январь-декабрь 2014	
1	Аэрофлот - российские авиалинии	23 610 036	67 121 707,00
2	ТРАНСАЭРО	13 198 591	47 066 420,90
3	ЮТэйр	8 564 340	20 198 947,90
4	Сибирь	7 938 199	15 582 789,00
5	Россия	5 191 783	10 147 404,00
	Итого по 5 авиакомпаниям	58 502 949	160 117 268,80
	Уд.вес 5 авиакомпаний от общего объема по ГА,%	62,8	66,3
6	Уральские Авиалинии	5 160 588	13 327 154,40
7	Северный Ветер	4 472 038	13 401 739,30
8	Оренбургские авиалинии	3 034 659	8 471 008,40
9	Глобус	2 127 931	5 559 313,00
10	ДОНАВИА	1 736 153	2 447 994,10
11	ВИМ-АВИА	1 613 970	3 389 297,10
12	Авиационная транспортная компания "ЯМАЛ	1 450 355	2 899 723,10
13	Когалымавиа	1 344 174	4 043 291,60
14	Икар	1 236 596	6 059 896,00
15	Таймыр	1 104 938	2 868 556,10
	Итого по 15 авиакомпаниям	81 784 351	222 585 241,80
	Уд.вес 15 авиакомпаний от общего объема по ГА,%	87,8	92,2
16	Аврора	1 050 637	1 745 048,60
17	АЙ ФЛАЙ	970 368	3 307 902,50
18	Якутия	968 026	2 512 343,10
19	Ред Вингс	919 186	1 417 829,30
20	ЮТэйр-Экспресс	807 325	568 016,50
21	Нордавиа - региональные авиалинии	763 264	971 092,90
22	РусЛайн	626 155	599 242,80
23	РОЯЛ ФЛАЙТ	624 406	2 044 015,90
24	Саратовские авиалинии	519 096	567 237,00

25	БАРС АЭРО	349 130	439 525,30
26	Ижавиа	327 800	426 953,40
27	Газпром авиа	319 496	619 359,40
28	Ангара	291 690	292 912,40
29	ИрАэро	268 761	331 179,10
30	АЛРОСА	261 341	655 043,30
31	КАТЭКАВИА	214 748	248 052,70
32	Полярные авиалинии	214 186	169 423,30
33	Грозный Авиа	176 700	262 425,70
34	Северсталь	148 593	108 038,00
35	Полет	144 145	104 660,60
	По сумме авиапредприятий	91 749 404	239 975 543,60
	В целом по ГА	93 181 385	241 429 351,40
	Удельный вес ,%	98,5	99,4

#### Список литературы

1. Сайт Федерального Агентства Воздушного Транспорта <http://www.favt.ru/>
2. Сайт Международной Ассоциации Воздушного Транспорта (IATA) [www.iata.org](http://www.iata.org)
3. Л.В.Рой, В.П. Третьяк, «Анализ отраслевых рынков», учебник. М., «ИНФРА-М», 2008, с. 35-36
4. William G. Shepherd, "Dominance, Non-Dominance, and Contestability in A Telecommunications Market: A Critical Assessment", the National Regulatory Research Institute, 1990. P. 21-22.
5. Баумоль Уильям Дж. Состязательные рынки: мятеж в теории структуры отрасли. Вехи экономической мысли. Теория отраслевых рынков. Т. 5. СПб.: Экономическая школа, 2003.
6. ИК «Регион». Транспортный обзор за 3 квартал 2014 г. <http://www.region.ru/produkty-i-uslugi/analitika/transport/ezhekvartalnyy-obzor/2014-12-09%20%D0%A2%D1%80%D0%B0%D1%81%D0%BF%D0%BE%D1%80%D1%82%D0%BD%D1%8B%D0%B9%20%D0%BE%D0%B1%D0%B7%D0%BE%D1%80%20Q3%202014.pdf>
7. Доклад Директора Авиационного Сертификационного Центра ГосНИИ ГА Страдомского О.Ю. на конференции 2013 г. «ТОиР Авиационной Техники в России и СНГ» ФГУП Государственный Научно-Исследовательский Институт Гражданской Авиации [http://www.atminst.ru/up\\_files/doklad\\_stradomski\\_28-01-2014.pdf](http://www.atminst.ru/up_files/doklad_stradomski_28-01-2014.pdf)
8. IATA Annual Report 2014 <https://www.iata.org/whatwedo/Documents/economics/IATA-Economic-Performance-of-the-Industry-end-year-2014-report.pdf>
9. С. А. Лукьянов, Е. В. Тиссен. «Рынок авиационных пассажирских перевозок России: квазиконкуренция или...?», журнал «Вопросы экономики». 2007, № 11. С. 120–138.

## СТРУКТУРНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ РЕАЛЬНОГО СЕКТОРА РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ

Соловьев Д.П.

Санкт-Петербургский государственный экономический университет, г.Санкт-Петербург

Исследование современного реального сектора российской экономики базируется на определении его структуры, понимаемой как совокупность субъектов отношений и связей между ними. Структуре реального сектора присущ нелинейный характер, поскольку характер связей между компонентами структуры не может рассматриваться в виде простой вертикальной последовательности. Исходя из принципов концепции самоорганизации, в структуре происходят преобразования на стадии бифуркации, что влечет за собой изменение компонентов, их связей и функционирования; в итоге вся хозяйственная система трансформирует свое поведение. На стадии эволюционного развития структуре реального сектора, напротив, присуще стабильное и устойчивое состояние, позволяющее смягчать возникающие потрясения и флуктуации, как внутренней, так и внешней природы. В этом проявляется двойственность роли, которую играет структура реального сектора на разных стадиях ее жизненного цикла, что не противоречит пониманию природы цикличности экономики, включая «кондратьевские» волны конъюнктуры.

В то время как устойчивые компоненты и связи отражаются в структуре реального сектора, характер их устойчивости отражается в уровне организации, или организованности. Для его описания принято использовать такое понятие, как негэнтропия, хотя сегодня и не существует до конца обоснованной формулы негэнтропии,

даже применительно к физическим явлениям. Это объясняет неоднозначность суждений исследователей, часть которых полагает, что более высокий уровень организованности присущ более простым системам (заметим, что критерии простоты до сих пор не определены). Социальные науки при характеристике организационного уровня опираются на преимущественное использование таких инструментов, как ценностно-нормативные регуляторы. При этом более высоко организованные системы достаточно редко используют какие-либо санкции. Наиболее приемлемым критерием уровня организации сегодня остается критерий, предложенный зарубежными социологами, которые связывают его со способностью системы оперативно перестраивать порядок расположения элементов и связей в ответ на изменения среды. При этом наиболее организованными являются проактивные системы, способные перестраиваться в ожидании перемен в среде [1, с. 154].

Анализируя развитие реального сектора национальной экономики во взаимосвязи и взаимовлиянии с глобальной экономикой и образующими ее институтами, можно обнаружить важную проблему, обусловленную необходимостью определения механизмов трансформации. Их функционирование обеспечивает воздействие как внешних, так и внутренних факторов на состояние и развитие реального сектора российской экономики [2, с. 7].

В процессе развития реального сектора можно обнаружить преодоление существующих структурных деформаций, что формирует новую структуру, оказывающуюся восприимчивой к инновациям. Это позволяет обеспечивать конкурентные преимущества отечественного реального сектора на базе ликвидации недостаточно эффективных отраслей и рынков, реструктуризации существующих предприятий, модернизации и создания на этой основе высоко технологичных компаний, конкурентоспособных на мировом рынке.

Сегодня экономически развитые страны демонстрируют тенденцию сокращения удельного веса производственных отраслей, относящихся к первичному сектору. При этом одновременно возрастает удельный вес и значимость отраслей, ориентированных на конечного потребителя, где преобладают инновационные и наукоемкие производства. Что касается России, то ее реальный сектор будет постепенно формировать указанную структуру в ходе многоэтапного процесса, включающего циклы обновления, которые существенно сглаживают проявления имеющего место сегодня структурного кризиса.

Особенностью данного кризиса можно считать наличие противоречий трех типов.

Первый тип – технологический, который проявляется как противостояние эволюционных и революционных форм развития техники и технологии.

Второй тип – отраслевой, при котором изменившаяся система потребностей противопоставляется сложившемуся отраслевому распределению ресурсов.

Третий тип – институциональный, при котором потребности НТП противостоят устаревшей структуре институтов.

Рассмотрение противоречий указанных типов ориентировано на определение направлений преобразований в хозяйственной системе в целях совершенствования реального сектора экономики и обеспечения эффективности в процессе удовлетворения потребностей хозяйствующих субъектов. Исходя из особенностей функционирования реального сектора, могут быть выделены следующие направления:

- Технологическая модернизация, при которой складываются условия для нового технологического уклада;

- Отраслевая модернизация, в ходе которой формируется новая отраслевая структура, построенная на базе модернизации;

- Территориальная модернизация, совершенствующая механизм взаимодействия между территориальными единицами, интегрированными в единое экономическое пространство.

Итогом реализации данных направлений становится формирование институциональной среды, соответствующей требованиям модернизации [3, с. 19].

Поскольку такие преобразования институтов рассматриваются как база последующих изменений и трансформаций, институциональную структуру можно считать своего рода несущей конструкцией реального сектора.

Институциональным преобразованиям принадлежит ключевая роль в реформировании отечественного реального сектора, следовательно, на них возлагается задача обеспечения развития и защиты конкуренции, снижения доли государственного присутствия государства в экономике, противодействия умышленным банкротствам и прочим незаконным действиям, открытости и прозрачности действий предпринимателей в отечественной бизнес-среде.

Это позволяет сформулировать ожидаемые результаты, на достижение которых должны быть направлены институциональные преобразования, формирующие эффективный реальный сектор. Среди них:

- совершенствование института собственности на основе эффективной защиты права собственности;

- создание условий для появления новых хозяйствующих субъектов реального сектора, деятельность которых, соответствует основным критериям бизнес-деятельности;
- разработка принципов и норм, позволяющих эффективно осуществлять государственное регулирование в процессе реализации экономической и промышленной политики разного уровня – федерального, регионального, муниципального;
- создание прочных основ и регламентов хозяйственного взаимодействия субъектов в сфере производства, финансового обеспечения, партнерства и т.д.

При рассмотрении отраслевой структуры реального сектора российской экономики обращает на себя внимание специфика, согласно которой в процессе функционирования каждой, отдельно взятой, отрасли может быть выделена отдельная институциональная структура. Это означает, что в случае изменения отраслевых позиций изменяется и относительная роль и значимость данных институтов, что характеризует трансформацию институциональной структуры в хозяйственной системе в целом. В частности, если тем или иным образом увеличивается объем производственной деятельности, можно говорить о начале, или старте, принципиально нового процесса производства и потребления. Увеличение доли услуг в финансово-кредитной сфере свидетельствует о создании и развитии нового финансового сектора, обеспечивающего производственный процесс.

Таким образом, можно заключить, что в ситуации, когда возможности отечественного реального сектора не соответствуют макроэкономическим задачам общественно-экономического развития, требуется изменение роли традиционных отраслей реального сектора. Это должно опираться на возникновение новых и вращение в хозяйственную систему таких институтов, как государственно-частное партнерство, различные масштабы и формы кооперации и интеграции предпринимательских структур.

#### **Список литературы**

1. Бурдые П. Социология социального пространства. – М.: Институт экспериментальной социологии, 2007. – 288 с.
2. Чирук И.С., Харламов А.В. Изменение концепции экономической политики государства в условиях глобализации // Известия Санкт-Петербургского университета экономики и финансов. – 2005. – № 2. – С. 5-18.
3. Волостников А.И., Харламов А.В. Институциональные основы развития реального сектора экономики страны. Монография. – СПб.: Издательство Политехн. ун-та, 2010. – 142 с.

## **СЕКЦИЯ №2.**

### **ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НАРОДНЫМ ХОЗЯЙСТВОМ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.05)**

#### **АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ИПОТЕЧНОГО КРЕДИТОВАНИЯ В РОССИИ**

**Чермит З.А.**

Кубанский государственный технологический университет, г.Краснодар

С началом рыночных отношений россияне узнали о таком виде кредитования - как ипотека или кредит на покупку квартиры.

Если тщательно разобраться, то кредит на приобретения жилья в России существовал еще с начала 20-го века и в те времена пользовался огромной популярностью. Однако за время советской власти накопленный дореволюционный опыт несколько истощился ввиду своей ненужности.

В Европе, наоборот, механизм ипотечного кредитования внедрялся дольше века, и накопил достаточно опыта, чтобы российские финансовые организации брали с них пример.

Согласно статистическим данным, на сегодняшний день всего 10% граждан РФ владеют собственной жилплощадью более 18 кв. м. на одного человека. И всего лишь 1% граждан нашей страны могут позволить купить себе понравившуюся недвижимость за личные средства.

Из этих цифр ясно видно, что взаимоотношение граждан с недвижимостью в России оставляет желать лучшего. А если учесть еще тот фактор, что имеющийся жилой фонд со временем не молодеет и требует капиталовложений для реконструкций и капремонта...

В данной ситуации ипотека является взаимовыгодной программой как для государства, так и для населения.

Ипотека - это вид залога недвижимого имущества (земли, предприятий, сооружений, зданий, других объектов, непосредственно связанных с землей) с целью получения денежной ссуды.

Ипотечный кредит - это особая форма кредита, связанная с предоставлением ссуд под залог недвижимого имущества - земли, производственных и жилых зданий и т.д. Ипотечные ссуды предоставляются на долгосрочной основе. Ипотечный кредит становится возможным лишь при условии частной собственности на землю и недвижимость [1, с.143].

У банков и кредитно-финансовых организаций на фоне инфляции возникают две взаимосвязанные проблемы:

1. Из-за нестабильной экономики граждане России боятся хранить деньги в банке на депозитах;
2. Следствием этого является снижение уровня услуг по кредитованию, в том числе и по ипотечному.

Таким образом, получается, что ипотечный кредит – это продукт, предназначенные не для широких слоев населения, а только для отдельных категорий граждан, обладающих стабильной работой и хорошим достатком. А количество таких людей среди нуждающихся в жилье составляет менее 1%!

В условиях сегодняшней рыночной ситуации, когда доходы граждан то падают, то повышаются, никто не может давать никаких гарантий. Подобные скачки финансовой стабильности среди граждан целиком и полностью зависят от колебаний мировой экономики.

Поэтому ипотечный долгосрочный кредит неизменно связан с определенными рисками. Как правило, банки, чтобы хоть как-то обезопасить себя и компенсировать возможные потери, увеличивают ставки на кредит. А заемщики могут быть защищены только государством и теми законодательными актами, которые принимаются в отношении ипотечного кредитования.

Банки, предоставляющие ипотечный кредит, также зависят от цен, которые диктуют монопольные строительные компании.

Решение данной проблемы возможно только при условии снижения цен на жилье на первичном рынке. А, следовательно, необходимо сделать так, чтобы между строительными компаниями развивалась конкуренция, основывались новые организации, специализирующиеся на строительстве зданий. Для этого перспективного направления бизнеса необходимо создавать льготные условия, тогда ипотечное кредитование станет более привлекательным продуктом на рынке недвижимости.

Нехватка наличных средств наблюдается не только в государственных структурах, но и в кредитно-финансовых организациях. Так как бюджет пополнять нечем, то следует активно внедрять другие финансовые инструменты.

В данной ситуации альтернативой являются различные государственные программы в помощь ипотечному кредитованию. [2]

Эксперты уверены, что высокие проценты по займам (в первую очередь, по ипотечным) будут «радовать» граждан еще долго. И причины они видят в следующем:

- по сравнению с США или Европой в России привлекаемые средства, за счет которых кредитуются ипотека, гораздо дороже;
- российским банковским учреждениям совершенно недоступны дешевые и длинные деньги (например, принадлежащие ПФР);
- в нашей стране очень слабо развит институт секьютеризации ипотечных займов (доход от подобных сделок составляет всего лишь 1% ВВП. В США, например, аналогичный показатель равен 80%);
- отсутствие эффективных механизмов страхования банковских рисков.

Кроме того, зависимость процентных ставок от инфляции очень сильна.

В приведенной ниже таблице представлен рейтинг банков по ипотеке (2015г.) Главным определяющим критерием выгоды той или иной программы явилась процентная ставка.

Таблица 1

Рейтинг Банков по ипотечному кредитованию в России

Программа / Банк	Процентная ставка	Сумма, руб.	Миним. взнос	Срок
«Ипотека с государственной поддержкой»	10-11%	до 8 млн.	20%	до 30 лет

/ Московский индустриальный Банк				
«Ипотека с государственной поддержкой» / Газпромбанк	11,5-12%	0,3-8 млн.	20%	до 30 лет
«Новостройка - субсидирование» / Банк Открытие	1,55-11,95%	0,5-8 млн.	30%	до 30 лет
«Ипотека с государственной поддержкой» / Сбербанк России	11,9%	до 8 млн.	20%	до 30 лет
«Квартира в новостройке» / Райффайзенбанк	14,9-18,95%	до 26 млн.	15%	до 250 лет

Как видно, разброс ставок имеет место быть. Важно также иметь в виду размер первоначального взноса, который в подавляющем большинстве случаев (кроме некоторых программ) является обязательным требованием. И даже 10-типроцентный его размер - это довольно приличная сумма, которую необходимо будет изыскать, чтобы оформить ипотеку. [3]

Агентство по жилищному ипотечному кредитованию (АИЖК) с 15 июня снизило процентные ставки по ипотеке. Это касается всех ипотечных программ агентства на покупку жилья на первичном и вторичном рынке.

Ставки по ипотечным продуктам АИЖК на приобретение первичного жилья будут снижены в среднем на 0,6%. Минимальная ставка по кредиту для социально приоритетных категорий населения, в т.ч. участников госпрограммы "Жилье для российской семьи", в новостройке теперь составит от 10,3% годовых до 11,4%.

Процентная ставка при покупке первичного жилья в рамках госпрограммы субсидирования ипотечной ставки составит 11,4%. По классической ипотеке АИЖК, в т.ч. на покупку жилья на вторичном рынке, ставка также будет снижена и составит 13,9-14,9 процента годовых в зависимости от суммы кредита и размера первоначального взноса.

Как показывает статистика Банка России на 1 мая 2015 года, средневзвешенная ставка по ипотечным кредитам, выданным с начала года, составляет 14,4%. Но в некоторых банках ставки достигают 18% и даже выше. По мнению экспертов, другие банки, глядя на программы АИЖК, тоже начнут понижать ставки по ипотечным кредитам. Но вряд ли это произойдет в ближайшее время.

То, что жители РФ сегодня не спешат брать кредиты, особенно ипотечные, подтверждают и исследования, проведенные коллекторской компанией "Секвойя кредит консолидейшн". По ее данным, за первые 5 месяцев этого года российские банки сократили выдачу ипотеки в годовом выражении более чем на треть - на 33,45%. Это рекордное падение за 5 лет. Всего за этот период они выдали ипотечных кредитов на 420,1 млрд рублей. Год назад за такой же период - 631,3 млрд. [4]

Тем временем темпы роста просроченной задолженности увеличились по сравнению с прошлым годом в 5 раз, доля несделанных платежей - на 33,25%. Если смотреть статистику за несколько лет, то окажется, что долги по ипотеке выросли в России вчетверо.

#### Список литературы

1. Лаврушин О.И. Деньги, кредит, банки: учебное пособие. – М.: «Кнорус», 2012. – 320 с.
2. [www.calculator-ipoteka.ru](http://www.calculator-ipoteka.ru)
3. [www.creditwit.ru](http://www.creditwit.ru)
4. [www.vse-obipoteke.ru](http://www.vse-obipoteke.ru)

# АНАЛИЗ ИСХОДНЫХ БАЗИСОВ, НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**Андреев В.В.**

Институт экономики и организации промышленного производства СОРАН, г.Новосибирск

В современном мире для стабильного развития экономики важной особенностью становится непрерывное развитие, вкуче с поддержкой инновационных процессов. Научно-исследовательские и опытно-конструкторские разработки (НИОКР) продолжают занимать все более весомую долю в инвестиционных расходах, превышая в наукоемких секторах экономики расходы на приобретение оборудования и строительство.

Параллельно с этим повышается значение государственной инновационной, научно-технической и образовательной политики, определяющей дальнейшие условия научно-технического прогресса (НТП). В развитых странах расходы на наукоемкие разработки приближаются к 3% от ВВП, причем доля государства в этих расходах иногда достигает до 50% [3].

Важная роль государственной поддержки НТП в обеспечении современного экономического развития объясняется такими свойствами инновационных процессов:

- высоким риском и капиталоемкостью научных исследований;
- зависимостью от уровня развития научной отрасли и информационной инфраструктуры;
- высокими требованиями к инженерной и научной квалификации кадров;
- необходимостью правовой защиты интеллектуальной собственности.

По итогам каждого структурного кризиса в мировой экономике, сопутствующего процессу замещения ведущих технологических укладов, открываются новые возможности для экономического рывка.

У государств, которые были лидерами в мировой экономике в предшествующий период, появляются такие проблемы, как обесценивание капитала и снижение квалификации занятых в отраслях устаревающего технологического уклада.

В это же время, страны, которые успели образовать фундамент для систем нового технологического уклада, становятся центрами притяжения капитала, освобождающегося из устаревающих производств.

Йозеф Шумпетер понимал развитие национальной экономики как дискретное движение от одного кругооборота к другому, которое стихийно порождалось самой экономикой; либо как изменение траектории, по которой осуществлялся круговорот [12]. Это связано с технологическими прорывами.

Каждый раз смена лидирующих технологических укладов сопровождается обновлением состава доминирующих на мировом рынке государств [4], где, по мнению ученых, государства, осуществляющие структурный экономический прорыв, получают шанс осуществить прогрессивные структурные сдвиги на основе расширяющихся конкурентных преимуществ, который дает возможность ускорить национальное экономическое развитие этих самых государств [5].

По мнению Л. Абалкина, при обсуждении данной проблемы, необходимо учитывать такие принципиально важные моменты как: рост производительности труда, научно-технический прогресс, экономия ресурсов, повышение конкурентоспособности продукции. В таком случае объектом анализа является изучение общественного воспроизводства в целом: его структуры, сочетания материальных и стоимостных пропорций, инновационной активности [1].

В качестве основных предпосылок, необходимых для развития национальной экономической системы, могут быть рассмотрены следующие:

- значительные инвестиции в науку и научные школы по всем главным направлениям фундаментальных и прикладных исследований;
- создание эффективной и общедоступной системы образования и подготовки высококвалифицированных кадров;
- организация эффективной системы защиты прав интеллектуальной собственности и распространения нововведений;
- официальное признание государством значимости ряда отраслей прикладных наук для укрепления обороноспособности и технологической независимости государства;
- нацеленность в достижении, освоении и широкомасштабном использовании в промышленности достижений научно-технического сектора, обеспечивающих конкурентоспособность экономики;
- активное участие в мировой финансовой системе; формирование государством благоприятного инвестиционного климата;

- организация высокой динамичности производства, выражающаяся в постоянном обновлении его элементов, в изменении качественных и количественных показателей, в улучшении научно-производственной структуры и системы менеджмента;

- ведение активной инвестиционной и инновационной деятельности (в производстве, опираясь на общемировую практику, темпы обновления активной части основных производственных фондов должны достигать 10-13%, в научно-экспериментальной базе – 30-40% в год);

- увеличение доли экспериментального и опытного производства в экономике;
- увеличение затрат на НИОКР в структуре производства;
- поддержка государством инновационных проектов и производств на начальных этапах их становления;
- улучшение системы ценообразования с целью достоверного учета всех издержек производства, учитывая затраты на разработки и исследования, систему менеджмента на инновационных проектах, систему образования;
- формирование высококвалифицированного научного, инженерного и производственного персонала.

Для устойчивого развития государства на инновационных началах необходимы следующие исходные базисы:

- ❖ интеллектуальный и технологический потенциал, достаточный для запуска инновационного процесса;
- ❖ непрерывный рост числа участников инновационной «цепи», в том числе в результате вовлечения в процесс новых социальных групп;
- ❖ институциональная система, ориентированная на инновационное развитие;
- ❖ востребованность в инновациях хозяйствующих субъектов, физических лиц, национальной инновационной системы в целом.

При учете вышеперечисленных базисов необходимо также иметь в виду следующие факторы, влияющие на инновационную деятельность в России:

- кадровое обеспечение;
- экологические и социальные проблемы инновационной деятельности;
- необходимость формирования инновационной инфраструктуры;
- преимущественно региональный характер инновационного предпринимательства;
- социально-правовые вопросы регулирования инновационной деятельности;
- защита интеллектуальной собственности;
- влияние внешнеэкономической активности на инновационную деятельность;
- качественный и количественный состав занятости и т.д.

В первую очередь, эти факторы инновационной деятельности оказывают влияние на экономическое развитие через кадровый базис и систему образования государства.

Развитие вузовского и научного базиса служат важнейшей предпосылкой развития человеческого капитала и повышения уровня инновационного потенциала. В России такие институты развиты еще в недостаточной степени.

Во-вторых, формирование благоприятной инновационной среды – процесс долгий, требующий крупных инвестиций. Российская практика государственной поддержки инновационной деятельности отличается от зарубежной тем, что государство России оплачивает не интеллектуальную собственность, а действия специалистов.

Государственное финансирование инновационных разработок является, по сути своей, сметой на затраты, потраченных на проведение исследования, но не на его внедрение.

Это дает практически нулевое влияние инновационной деятельности на экономическое развитие. По оценкам Росимущества, стоимость нематериальных активов в РФ составляет около 5 млрд. рублей (с учетом частных инвестиций), в том числе государственная собственность, накопленная на всю историю СССР и РФ, оценивается всего в 3,5 млрд. рублей и при всем этом почти 250 млрд. рублей тратится ежегодно государством на НИОКР [7].

На 250 млрд. рублей в год составляются отчеты, которые не оформляют в виде продукции интеллектуальной собственности и, как следствие, не поддерживают и не развивают экономику. Все это снижает влияние инновационной деятельности на развитие экономики в России.

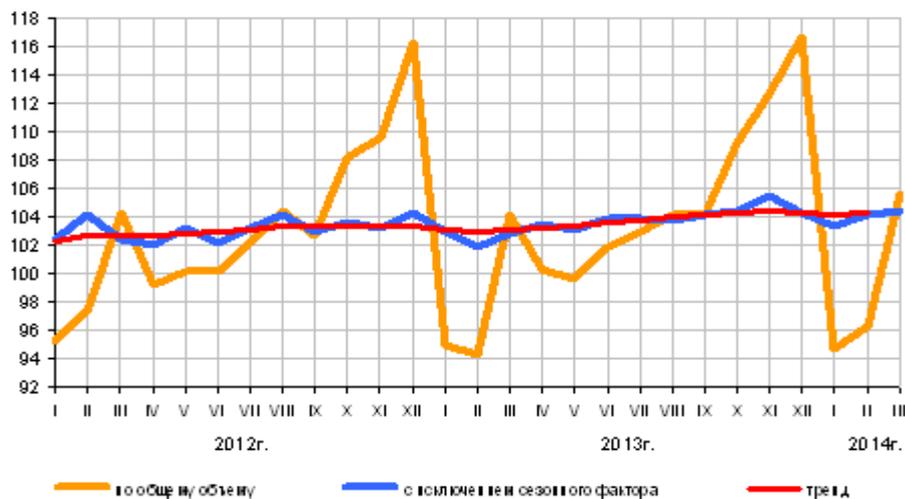
Ф. Фукуяма [11], Э. Тоффлер [9], Д. Белл [2], Дж. Нейсбитт [6] утверждают, что для развитых стран в современном мире именно инновационная деятельность в экономике обеспечивает их устойчивое развитие и мировое экономическое превосходство.

Главным фактором, снижающим результативность инновационной деятельности в России, является отсутствие современного инновационного базиса, как следствие недостаточно быстрый темп развития производства, а также общей предпринимательской неуверенности в завтрашнем дне.

Это подтверждается данными Федеральной службы государственной статистики:

Таблица 1

Индексы промышленного производства в % к среднемесячному значению 2011 г.:



Источник:

Федеральная служба государственной статистики

Таблица 2

Индекс предпринимательской уверенности на примере организаций обрабатывающих производств:

	январь	февраль	март	апрель	май	июнь	июль	август	сентябрь	октябрь	ноябрь	декабрь
2005	-5	-4	-3	-2	-2	-2	-2	-1	-2	-3	-5	-6
2006	-2	0	0	0	0	2	3	3	3	2	1	0
2007	1	4	4	4	4	6	7	5	5	2	1	-1
2008	2	4	5	4	4	5	5	4	2	-1	-11	-20
2009	-20	-17	-16	-16	-16	-14	-14	-14	-13	-13	-15	-15
2010	-11	-8	-6	-6	-5	-3	-2	-2	-2	-3	-4	-6
2011	-4	-1	0	-1	-1	0	0	-1	-1	-2	-4	-6
2012	-3	-2	0	1	0	1	2	1	1	-1	-3	-5
2013	-2	0	0	-1	0	-1	-1	-1	-3	-5	-6	-8
2014	-6	-4	-2	-3								

Источник:

Федеральная служба государственной статистики

Таблица 3

Инновационная активность организаций (удельный вес организаций, осуществлявших технологические, организационные, маркетинговые инновации в отчетном году, в общем числе обследованных организаций), по субъектам Российской Федерации, в процентах:

<b>Российская Федерация</b>	<b>9,3</b>	<b>9,5</b>	<b>10,4</b>	<b>10,3</b>
<b>Центральный федеральный округ</b>	<b>8,8</b>	<b>8,6</b>	<b>10,2</b>	<b>10,9</b>
<b>Северо-Западный федеральный округ</b>	<b>9,5</b>	<b>9,4</b>	<b>11,2</b>	<b>11,0</b>
<b>Южный федеральный округ</b>	<b>7,2</b>	<b>7,5</b>	<b>6,5</b>	<b>7,4</b>
<b>Северо-Кавказский федеральный округ</b>	<b>5,8</b>	<b>6,2</b>	<b>5,2</b>	<b>6,4</b>
<b>Приволжский федеральный округ</b>	<b>12,8</b>	<b>12,3</b>	<b>12,7</b>	<b>11,9</b>
<b>Уральский федеральный округ</b>	<b>10,2</b>	<b>11,5</b>	<b>11,5</b>	<b>10,6</b>
<b>Сибирский федеральный округ</b>	<b>7,3</b>	<b>8,2</b>	<b>8,8</b>	<b>8,5</b>
<b>Дальневосточный федеральный округ</b>	<b>8,3</b>	<b>8,6</b>	<b>11,2</b>	<b>10,8</b>

Источник:

Федеральная служба государственной статистики

Степень износа основных фондов коммерческих организаций на конец отчетного года по видам экономической деятельности, в процентах:

	2008	2009	2010	2011*	2012*
<b>Все основные фонды</b>	<b>43,6</b>	<b>44,3</b>	<b>45,7</b>	<b>46,3</b>	<b>45,9</b>
По видам экономической деятельности:					
добыча полезных ископаемых	45,6	45,9	46,8	48,4	49,6
обрабатывающие производства	41,0	41,1	42,2	42,5	43,4
производство и распределение электроэнергии, газа и воды	40,1	41,7	42,0	41,9	39,2
строительство	39,8	42,1	42,5	38,7	44,2
транспорт и связь	31,6	34,9	35,8	37,9	39,3
предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг	20,5	19,8	39,5	36,2	36,5

Источник:

Федеральная служба государственной статистики

Стратегия инновационного развития РФ до 2020 г. отмечает, что «единственным возможным способом обеспечения высокого уровня благосостояния населения, закрепления геополитической роли страны как одного из глобальных лидеров является переход экономики на инновационную социально-ориентированную модель развития» [8].

В экономике России научно-технический прогресс занимает серьезную нишу, но чистый вклад инновационных факторов, по мнению В.Э. Ульченковой [10], незначителен.

Обзор состояния российской экономики показал, что современный инновационный базис в России пока отсутствует. Инновационные факторы не достигли на сегодняшний день такого уровня использования, которого было бы достаточно для ускоренного экономического развития.

Для достижения эффективного влияния инновационной деятельности на развитие экономики в России, субъекты экономической деятельности, в том числе и государство, должны стать заинтересованы в принятии участия во всех звеньях цепи: фундаментальная наука – прикладные разработки – опытно-конструкторские разработки – опытное производство – серийное производство – выход на рынок

Только в идеале государство не должно вкладывать огромные средства по всей цепи, но создать условия, чтобы производственный базис был чувствителен к новым идеям, разработкам и мог воплотить инновационные идеи в продукцию, пользующуюся спросом на рынке, есть основная государственная задача.

#### Список литературы

1. Абалкин Л. И. Логика экономического роста. М.: Институт экономики РАН. 2002.
2. Белл, Д. Грядущее постиндустриальное общество: опыт социального прогнозирования: пер. с англ. / Д. Белл; Иноземцев В.Л. (ред. и вступ. ст.). — М.: Academia, 1999.
3. Глазьев С. Ю. Теория долгосрочного технико-экономического развития. М.: ВладДар, 2001.
4. Глазьев С. Стратегия экономического роста на пороге XXI века. М., 2003
5. Красильников О. Ю. Структурные сдвиги в экономике современной России. Саратов: Научная книга, 2004.
6. Нейсбит, Дж. Мегатренды / Дж. Нейсбит. — М.: АСТ, 2003.
7. Россия в цифрах. 2011: Крат. стат. сб./Росстат. - М., 2011.
8. Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года: утв. распоряжением Правительства РФ от 8 декабря 2011 г. № 2227-р
9. Тоффлер, Э. Революционное богатство / Э. Тоффлер, Х. Тоффлер. — М.: АСТ, 2007.
10. Ульченкова, В.Э. Влияние инновационных факторов на темпы экономического роста России. Москва, 2007. с. 154-161
11. Фукуяма, Ф. Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию: пер. с англ. / Ф. Фукуяма. — М.: ООО «Издательство АСТ»: ЗАО НПП «Ермак», 2004.
12. Шумпетер Й. Теория экономического развития (исследование предпринимательской прибыли, капитала, процента и цикла конъюнктуры): Пер. с нем. - М.: Прогресс, 1982.

# АНАЛИЗ КЛЮЧЕВЫХ ФАКТОРОВ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ, ВЛИЯЮЩИХ НА ТРАНСФОРМАЦИЮ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

**Бирюков В.А.**

Московский государственный университет печати имени Ивана Федорова

Медиаорганизации являются открытыми системами, на которые оказывают влияние не только внутренние факторы, но и внешние. К внешним факторам относятся следующие [1]:

- политические;
- экономические;
- социальные;
- технологические.

Все перечисленные группы факторов, являющиеся, по сути, четырьмя сферами общественных отношений, влияют на принятие стратегических решений о ее трансформации и изменении. Кроме макроокружения медиаорганизации существует «ближнее окружение», которое в общем виде «включает клиентов, поставщиков, конкурентов, государственное регулирование и требования муниципальных властей, профсоюзы и торговые ассоциации» [2].

Однако влияние «ближнего окружения» распространяется, прежде всего, на оперативные, а не на стратегические управленческие решения медиаорганизации.

В Табл.1 представлены результаты проведения PEST-анализ макроокружения медиаорганизации.

Таблица 1

PEST-анализ макроокружения медиаорганизации

Политические факторы	Экономические факторы
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Институциональные условия среды и законодательство (вопрос защиты интеллектуальной собственности; борьба с пиратством; регулирование в сфере лицензирования и других прав на контент; ограничения слияний и поглощений; защита и использование персональных данных пользователей; регулирование Интернета; возможность привлечения иностранных инвесторов)</li> <li>➤ Государственная политика (отношения между властными органами и СМИ; степень зависимости/независимости СМИ от государства; роль в формировании повестки дня; вопросы агитации и пропаганды)</li> <li>➤ Государственное регулирование конкуренции (антимонопольное законодательство; вопросы концентрации собственности; инстанции, решающие вопросы о заключении сделок)</li> <li>➤ Торговая политика (налоги и субсидии в сфере средств массовой коммуникации; отношения с международным рынком)</li> <li>➤ Государственный контроль деятельности медиаорганизаций (преступления и санкции за них в сфере массовой коммуникации; шпионаж; доля государственного капитала в составе медиахолдинга)</li> <li>➤ Выборы на всех уровнях государственной власти (участие медиаорганизации в предвыборной агитации; степень зависимости/независимости деятельности организаций от электорального цикла)</li> <li>➤ Государственное финансирование</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Общая экономическая ситуация (европейский долговой кризис и его последствия; рост или падение размера ВВП; уровень экономического развития – для медиаорганизаций наиболее благоприятна постиндустриальная экономика)</li> <li>➤ Динамика ставки рефинансирования (управление капиталом мультимедийного холдинга; стоимость кредитования и привлечения дополнительных средств; влияние на потребности целевых групп и внутренний спрос)</li> <li>➤ Налогообложение (общий налоговый режим; для медиаорганизаций; холдинговых структур; рекламодателей; продуктов, услуг; налоговый режим в отрасли и его влияние на деятельность партнеров и конкурентов)</li> <li>➤ Сезонность (влияние сезонных колебаний на деятельность медиаорганизаций)</li> <li>➤ Рыночная ситуация (глобальный рынок индустрии развлечений и средств массовой информации; локальные рынки; рынки сбыта; рекламные рынки; рынки информационно-коммуникационных технологий, инноваций; другие смежные рынки)</li> <li>➤ Внутренний спрос (платёжеспособность населения в целом; роль продуктов и услуг, производимых медиаорганизацией, в общей системе потребительских приоритетов)</li> <li>➤ Спрос в целевых потребительских сегментах (фрагментация аудитории и спроса; необходимость</li> </ul>

<p>медиаорганизаций, гранты, поддержка проектов и инициатив</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Лоббирование (наличие заинтересованных групп и представительство их интересов; вопрос зависимости/независимости; уровень групп интересов – локальный, национальный, международный)</li> </ul>	<p>маркетинговых исследований целевых аудиторий; нахождение новых целевых аудиторий, рыночных ниш; самостоятельное формирование потребностей с помощью рекламных и маркетинговых кампаний)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Специфика производства (особенности медиаиндустрии; интеллектуальные ресурсы; нематериальные ресурсы; конвергенция; дифференциация; сдвоенный рынок товаров и услуг; неопределенность потребительской стоимости товаров и конвертацией ее в меновую и др.)</li> <li>➤ Обменные курсы валют (ключевое значение в случае, если мультимедийных холдинг работает на международном рынке или имеет дочерние организации (представительства) за границей) <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Система издержек (материальные и нематериальные носители; логистика; затраты на коммуникации и связи; снижение роли сырья и усиление роли электронных данных)</li> </ul> </li> </ul>
<p style="text-align: center;">Социальные факторы</p>	<p style="text-align: center;">Технологические факторы</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Социально-демографические характеристики целевых групп (особое значение маркетинговых исследований для деятельности мультимедийных холдингов; формирование предложения на основе четкого представления о потребителе)</li> <li>➤ Общественные настроения (общественная повестка дня и своевременная реакция на нее) <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ «Портрет потребителя» (приоритеты; потребности; интересы; отношение к той или иной социальной группе; значимость группы в общей социальной иерархии)</li> </ul> </li> <li>➤ Структура доходов и расходов (товары и услуги мультимедийных холдингов не относятся к базовым потребностям человека; повышение значимости собственной продукции в глазах потребителя)</li> <li>➤ Базовые ценности (учет ценностей при формировании уникального торгового предложения; апелляция к ценностям при построении медиа-брендов; трансляция собственных ценностей)</li> <li>➤ Образ жизни (ориентация на образ жизни конечного потребителя при создании ценностного предложения; позиционирование своих продуктов и услуг в качестве неотъемлемого атрибута образа жизни потребителя)</li> <li>➤ Система образования (увеличение роли мультимедийных холдингов в сфере образования; рынок образовательных услуг как один из приоритетных)</li> <li>➤ Бренд (создание сильных медиа-брендов; сбалансированный портфель брендов; инвестиции в репутацию; рыночное позиционирование дочерних организаций, комплексная архитектура брендов внутри холдинга; особое значение брендинга для</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Общее технологическое развитие (передовые технологии и их представленность на ключевых для холдинга рынках; «технологическое неравенство» стран и социальных групп; значение индекса ИТК; уровень развития рынка информационно-коммуникационных технологий; степень проникновения Интернета; мобильных устройств; электронной коммерции) <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Трансформационные процессы в медиаиндустрии и их влияние на технологии (цифровизация; использование новых технологий связи; решение о переводе бизнеса или его частей в цифровую среду; создание и поддержка передовых технологий в сфере коммуникации; устройств; интерфейсов и др.)</li> <li>➤ Инновации (оценка необходимости внедрения инноваций; инвестирование в исследования и разработки; государственная поддержка и финансирование инноваций в сфере коммуникаций и медиа; использование инноваций конкурентами; внимание к перспективным стартапам и частным разработчикам)</li> <li>➤ Связанные и зависимые технологии (решение о создании или использовании смежных технологий внутри холдинга или заимствование из внешних источников – партнёрские соглашения)</li> <li>➤ Замещающие технологии и решения (поиск альтернативных технологических решений как конкурентных преимуществ мультимедийного холдинга)</li> <li>➤ Использование потребителями технологий (решение об использовании уже распространенных технологий или привлечение потребителей к новым) <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Законодательство в сфере технологий (различия в законодательстве рынков разных стран в</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>

<p style="text-align: center;">медиаиндустрии)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Потребительское поведение (оперативный мониторинг изменения поведенческих моделей потребителей; фрагментация аудитории и спроса; изменение потребительского поведения в цифровой среде) <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Мода и референтные группы (анализ предпочтений целевых потребительских сегментов; локальные особенности; создание собственных референтных сообществ с помощью новых медиа)</li> <li>➤ Коммуникационные связи в обществе (возросшее значение социальных сетей; использование уже существующих общественных связей и коммуникативного пространства для продвижения своих товаров и услуг; создание собственного коммуникативного пространства (площадок для общения); интерактивный характер связи с потребителем)</li> <li>➤ Этнические и религиозные факторы</li> <li>➤ Рекламный рынок (развитие рекламного рынка и его сегментов; ключевые игроки рынка рекламы; общий рост рынка Интернет-рекламы; оптимизация ресурсов под алгоритмы поисковых систем)</li> <li>➤ Рынок труда (синтетические журналисты; профессиональная конвергенция; квалифицированный медиа-менеджмент)</li> </ul> </li> </ul>	<p style="text-align: center;">случае, если холдинг международный)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Лицензирование, патенты, интеллектуальная собственность</li> </ul>
---	--

В Табл.1 выделены те факторы и тенденции, влияние которых на медиаорганизации будет долгосрочным. Перечислим некоторые важнейшие управленческие решения, которые должно принять руководство медиаорганизации для адаптации деятельности к меняющейся цифровой среде:

- определить степень технологического развития ключевых для медиаорганизации рынках;
- принять решение о работе на развитых или развивающихся рынках и определить свою роль в этом пространстве (создателя новых технологий, пользователя существующих технологий, транспортёра технологий с одних рынков на другие);
- определить степень необходимости использования передовых технологий при формулировании своего ценностного предложения (устройства, интерфейсы, связи);
- определить важность использования в качестве каналов сбыта Интернет-продаж, электронной коммерции, новых технологических платформ;
- определить роль новых коммуникационных технологий при выстраивании взаимодействия с клиентами;
- определить возможности применения передовых технологий для оптимизации потоков поступления дохода (продажа материальных и нематериальных активов, плата за использование, подписка, лицензии, реклама – в цифровом формате и на электронных платформах);
- определить необходимую долю технологий в ресурсной базе медиаорганизации;
- определить виды деятельности медиаорганизации, для которых необходимы технологии (существующие или потенциальные);
- оценить необходимость внедрения инноваций в деятельность медиаорганизации и найти способ их получения (самостоятельное создание; инвестирование в разработки; использование государственных программ или иных источников грантов; заимствование и покупка инноваций);
- оценить связанные и зависимые технологии и необходимость их использования;
- определить возможности в сфере применения альтернативных технологий (альтернативные расходы, потенциальная выгода).

#### Список литературы

1. Виханский О.С. Стратегическое управление. – М.: Экономистъ, 2006. – 296 с.

## ГОСУДАРСТВЕННОЕ УПРАВЛЕНИЕ ИСТОЧНИКАМИ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

**Курбанбаева Д.Ф.**

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, г. Санкт-Петербург

Происходящие в настоящее время макроэкономические изменения способствуют изменению роли хозяйствующих субъектов в обеспечении устойчивого инновационного развития национальной экономики, когда наибольшее значение приобретает инновационная активность не только отдельных предприятий, но отраслей и всей социально-экономической системы страны. В связи с этим изменяются функции государственных институтов и совершенствуются механизмы государственного управления инновационной деятельностью, целевая направленность которых должна быть связана уже не просто с поддержкой инновационно активных хозяйствующих субъектов, а с формированием благоприятных условий и стимулов инновационного развития. Таким образом, наиболее актуальным направлением становится государственное управление источниками инновационного развития национальной экономики, представляющими собой условия формирования, развития, накопления и использования инновационного потенциала страны.

Одновременно с этим процессы глобализации, характеризующие макроэкономическое развитие в последние полвека, обострили международную конкуренцию, передвинув на «первый план» проблемы укрепления конкурентных позиций отечественных хозяйствующих субъектов. Однако дефицитность ресурсов инновационного развития: высокотехнологичной продукции и оборудования, интеллектуального потенциала, а также инновационной инфраструктуры вместе с существующим институциональным несовершенством, неравномерностью регионального развития и барьерами для свободного перемещения финансового, физического и интеллектуального капитала не позволяют преодолеть разрывы в уровне развития национальной и мировой экономик. Подтверждением этому факту является невозможность обеспечения импортозамещения высокотехнологичной продукции, создающая значительную угрозу как национальной безопасности страны, так и дальнейшему устойчивому инновационному развитию.

Рассматривая тенденции и перспективы развития национальной экономики [4,5,7], можно выделить приоритетные направления совершенствования государственного управления инновационным развитием национальной экономики:

- формирование единой системы государственного управления социально-экономическим и научно-техническим развитием, учитывающим перспективы развития высокотехнологичных отраслей экономики на основе смены технологических укладов и этапов социально-экономических циклов [6];
- стимулирование инновационной активности хозяйствующих субъектов через создание и освоение организационных (управленческих), маркетинговых и технологических инноваций;
- развитие интеллектуального потенциала национальной экономики на основе совершенствования системы подготовки кадров для высокотехнологичных отраслей экономики [1].

Реализация указанных направлений будет способствовать снижению негативных тенденций инновационного развития национальной экономики и повышению национальной конкурентоспособности страны, что становится возможным за счет повышения конкурентоспособности государственного управления и производственной деятельности. В данном случае модернизация системы государственного управления подразумевает совершенствование и разработку новых принципов, методов и инструментов государственного регулирования, повышения качества предоставляемых государственных услуг, и как следствие, усиление доверия к государству со стороны, как населения, так и частного бизнеса. Для предприятий реального сектора особую актуальность приобретает усиление инновационной направленности, которое в дальнейшем может привести к изменению структуры экономики – сокращению доли добывающих отраслей. Значение развития человеческого капитала, включающего, в том числе инновационный потенциал, признается учеными всего мира. Под человеческим капиталом здесь понимается система мер, направленных на формирование не только конкурентоспособной образовательной среды, но и такой среды, которая позволит полностью удовлетворить потребность в квалифицированных специалистах, а также развивать научный потенциал.

Технологическая отсталость производственных отраслей национальной экономики, вызванная длительной ориентацией на сырьевую модель развития, формирование источников экономического роста только на основе

экспорта ресурсов, созданных добывающими отраслями, привело к снижению качества интеллектуального потенциала, а также зависимости от конъюнктурных скачков цен на нефть и газ. В течение 2014-2015 годов снижение валового продукта России и связанная с этим диспропорциональность других макроэкономических показателей отразили несостоятельность прогнозов устойчивого социально-экономического развития в рамках сырьевой модели, что определяется снижением спроса на отечественное сырье на мировом рынке при одновременно высокой энергоемкости промышленности внутри страны. В связи с этим дальнейшее развитие национальной экономики, в том числе учитывающее существующие макроэкономические ограничения, должно обеспечиваться диверсификацией экономики через сокращение доли добывающих отраслей в структуре народного хозяйства, усилением инновационной активности обрабатывающих производств и ростом прибавочного продукта, созданного в результате реализации инновационной деятельности.

Важное значение при этом приобретают методы государственного управления источниками инновационного развития национальной экономики, которые стимулировали бы хозяйствующие субъекты (в первую очередь обрабатывающие производства) к повышению инновационной активности. Основываясь на результатах анализа [2,8], основными стимулами инновационной активности хозяйствующих субъектов следует считать:

- административный регламент по созданию и регистрации нового предприятия;
- прозрачность государственного контроля предпринимательства и инновационной деятельности;
- таможенные пошлины и условия ввоза высокотехнологичного оборудования;
- система валютного регулирования;
- эффективность производственной инфраструктуры;
- фискальная политика государства для стимулирования инвестиционной активности и инновационной деятельности.

Развитие каждого из указанных стимулов инновационной активности позволит государству создать необходимую базу для реализации инновационной деятельности во всех отраслях народного хозяйства, будет способствовать развитию высокотехнологичных производств и новых секторов экономики. Однако создание благоприятных начальных условий для создания бизнеса не обеспечивает устойчивости дальнейшего развития предприятия, поэтому доступ к инвестиционным ресурсам является необходимым условием развития. Несмотря на значительный отток российского капитала за границу, объем потенциально имеющегося в стране кредитного капитала можно считать достаточным для проведения модернизации экономики. Так, в настоящее время мало задействуется потенциал частных сбережений (в том числе пенсионных накоплений), а также капитал сырьевых компаний, который может быть направлен на организацию высокотехнологичных производств в обрабатывающей сфере.

В то же время финансовые инструменты, способные переориентировать свободные финансовые ресурсы в нуждающиеся в инвестициях сектора экономики, по-прежнему требуют совершенствования. В связи с этим реформирование банковского сектора и повышение его надежности является значимым шагом в данном направлении. Перевод российских предприятий на международные стандарты финансовой отчетности также становится важным условием развития фондового рынка, позволяющим привлечь дополнительные объемы неспекулятивного капитала.

Указанные направления деятельности создают экономические стимулы развития всех секторов экономики, но, по сути, являются горизонтальными, хотя ускорение диверсификации экономики требует также применения вертикальных мер, ориентированных на обрабатывающую промышленность и другие несырьевые сектора экономики, так как рынок сырья не может быть источником финансовых поступлений в российскую экономику в долгосрочной перспективе.

Государственная политика по отношению к несырьевым отраслям экономики должна быть основана на обеспечении мер по повышению конкурентоспособности производства и устойчивости развития различных отраслей. При этом органам государственной власти необходимо также поощрять реструктуризацию промышленного производства путем привлечения на российский рынок крупных зарубежных компаний, чья деятельность основывается на использовании высоких технологий. Приоритетом инвестиционной политики государства может стать развитие инновационных предприятий, требующих для своего создания и развития меньшего объема первоначальных инвестиций, в сравнении с традиционными для экономики отраслями.

Учитывая все вышесказанное необходимо обратить внимание и на недостаточность простой ориентации на развитие высокотехнологичных отраслей в различных странах. В последние десятилетия развивающиеся страны при выходе на международные рынки размещают внутри страны высокотехнологичные производства, вызывая повышенную конкурентоспособность за счет снижения производственных издержек. При этом реальное снижение затрат связано только с низким уровнем оплаты труда наемных работников, что негативно отражается

на уровне жизни населения в таких странах. Таким образом, возникает один из глобализационных эффектов - феномен «обедняющего роста», то есть сам по себе экономический рост в развивающихся странах приводит к обеднению населения [3].

Страны с высоким уровнем развития экономики создают новые рынки сбыта для произведенной инновационной продукции и получают наибольшую отдачу от вложенного капитала, а развивающиеся страны вынуждены использовать чужие новшества, не имея при этом возможности обеспечивать высокий уровень экономического развития за счет новых технологий. В связи с этим важной задачей органов государственной власти может стать информационно-консультационная поддержка производителей, в основу которой должны быть заложены выявленные на основе анализа международного разделения труда и сравнительных преимуществ разных стран по инновационной деятельности приоритетные направления национального инновационного развития. Благодаря этому в стране в рамках государственной инновационной политики будут зафиксированы потенциально конкурентоспособные виды инновационной деятельности. В дополнение к этому усиление государственной поддержки также необходимо в области защиты охраноспособных результатов интеллектуальной деятельности путем развития институтов международного патентования и сертификации качества продукции, что приведет, в конечном счете, к созданию новых рынков сбыта.

Инновационная деятельность, основанная на применении новых организационно-экономических механизмов, которые позволили бы более эффективно реализовывать научно-инновационный и технологический потенциал отечественных организаций, а также осуществлять поиск потенциальных потребителей, может стать перспективным направлением выхода из сложившегося кризиса.

Таким образом, основными мероприятиями государственного управления источниками инновационного развития национальной экономики, могут стать:

- анализ научно-инновационного потенциала хозяйствующих субъектов, научных организаций и образовательных учреждений;
- совершенствование правовой базы инновационной деятельности и защиты охраноспособных результатов интеллектуальной деятельности;
- создание единой базы результатов интеллектуальной деятельности разной степени готовности;
- конкурсное финансирование инновационной деятельности хозяйствующих субъектов, результаты которой предназначены для дальнейшей коммерциализации;
- развитие маркетинговой деятельности для продвижения наукоемкой продукции.

Перечисленные мероприятия государственного управления источниками инновационного развития национальной экономики отражают основные направления формирования, развития и использования инновационного потенциала, в связи с чем их внедрение в государственную инновационную политику обеспечит ускоренный переход к следующему технологическому укладу, позволит России занять соответствующее место в системе международного разделения труда по производству высокотехнологичной продукции.

#### **Список литературы**

1. Афанасьев М.В. Совершенствование профессиональной подготовки кадров для высокотехнологичных секторов экономики на основе внедрения новых форм взаимодействия с работодателями // Материалы Международной научно-методической конференции «Высокие интеллектуальные технологии и инновации в национальных исследовательских университетах». Санкт-Петербург, 2014. - С. 92-95
2. Бабенков В.И., Афанасьев М.В., Бабенков А.В. Механизмы взаимодействия государства и бизнеса по приоритетным инновационным проектам // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. 2015. - № 1 (211). - С. 102-110
3. Глазьев С.Ю. Стратегия и Концепция социально-экономического развития России до 2020 года: экономический анализ. – Электронный ресурс. Режим доступа: <http://www.apn.ru/publications/article19384.htm> (дата обращения 28.06.2015)
4. Курбанбаева Д.Ф. Развитие методологических подходов к оценке эффективности государственного стратегического управления инновационной деятельностью // Журнал правовых и экономических исследований. – 2012. - №4. – С. 108-111
5. Курбанбаева Д.Ф., Шматко А.Д. Разработка механизма государственного стратегического управления социально-экономическим развитием страны // Журнал правовых и экономических исследований. - 2011.- №4.- С. 22-27
6. Курбанбаева Д.Ф., Шматко А.Д. Модель функциональной зависимости основных макроэкономических показателей социально-экономической системы страны // Вестник экономической интеграции. – 2011. - № 2 – С. 7 – 14

7. Решетникова Н.В., Шматко А.Д. Анализ передового опыта регулирования и поддержки инновационной деятельности // Региональные агросистемы: экономика и социология. 2015. - № 1. - С. 10-14
8. Шматко А.Д., Арсентьев А.И. Влияние инноваций на эффективность деятельности промышленных предприятий (организационно-экономический аспект) // Экономика и предпринимательство. 2014. - № 9 (50). - С. 869-874

## ДИАГНОСТИКА ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ И ОЦЕНКА ВЕРОЯТНОСТИ ЕГО БАНКРОТСТВА

**Панина Е.Б., Панин А.И.**

ФГБОУ ВПО Воронежский ГАУ, г.Воронеж

Для успешного функционирования любой коммерческой организации, в том числе и сельскохозяйственной, на первый план выходят вопросы обеспечения устойчивого финансового состояния [1, стр. 17]. В данном исследовании нами была предпринята попытка оценки текущего финансового состояния и вероятности банкротства типичной сельскохозяйственной организации СХА «Терновская» Терновского района Воронежской области.

Таблица 1

Показатели финансового состояния СХА «Терновская»

Показатели	2012г.	2013г.	2014г.	Отклонение 2014г. от 2012г.
<b>1. Показатели ликвидности и платежеспособности</b>				
Коэффициент абсолютной ликвидности	2,372	1,234	1,327	-1,045
Коэффициент промежуточной ликвидности	2,912	2,427	3,882	0,970
Коэффициент текущей ликвидности	10,206	10,483	13,869	3,663
Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами	0,902	0,905	0,928	0,026
Коэффициент утраты платежеспособности	5,312	5,276	7,358	2,046
<b>2. Показатели финансовой устойчивости</b>				
Коэффициент автономии	0,895	0,927	0,924	0,029
Коэффициент соотношения привлеченных и собственных средств	0,085	0,047	0,054	-0,031
Коэффициент финансовой устойчивости	0,945	0,949	0,963	0,018
Коэффициент маневренности собственного капитала	0,564	0,525	0,509	-0,055
Коэффициент финансового риска	0,056	0,023	0,043	-0,013
<b>3. Показатели оборачиваемости</b>				
Коэффициент оборачиваемости оборотных активов	1,223	1,077	1,140	-0,082
Длительность одного оборота дебиторской задолженности, дней	15,572	38,032	58,143	42,571
Длительность одного оборота кредиторской задолженности, дней	15,128	18,173	16,211	1,083
Длительность операционного цикла, дней	210,890	292,584	316,734	105,844
Оборачиваемость собственного капитала, оборотов	0,764	0,625	0,625	-0,139
Оборачиваемость основного капитала, оборотов	0,684	0,580	0,578	-0,106
<b>4. Показатели рентабельности</b>				
Рентабельность основной деятельности, %	21,90	6,79	15,19	-6,71

Рентабельность продаж по чистой прибыли, %	18,26	6,85	13,36	-4,90
Рентабельность собственного капитала, %	13,95	4,28	8,35	-5,60
Рентабельность активов, %	12,49	3,97	7,72	-4,77

Рассчитанные показатели свидетельствуют об устойчивом финансовом состоянии СХА «Терновская» на протяжении всего периода. Предприятие в незначительной степени зависит от внешних источников финансирования, имеет возможность при необходимости привлекать заемные средства и своевременно их возвращать, что характеризует его как платежеспособное и кредитоспособное.

Негативной оценки заслуживает снижение показателей оборачиваемости в СХА «Терновская», что привело к увеличению длительности операционного цикла на 105,8 дня по сравнению с 2012 годом, снижению оборачиваемости собственного и основного капитала организации соответственно на 0,139 и 0,106 оборотов.

Все показатели рентабельности улучшились по сравнению с 2013 годом, но были хуже уровня 2012 года на 4,77 – 6,71 процентных пунктов.

В этих условиях представляется целесообразным определить обобщающий показатель финансовой независимости, рассчитываемый как излишек (недостаток) источников средств для формирования запасов. Для этого предлагается выделить три показателя, характеризующих обеспеченность запасов следующими источниками финансирования [2, стр. 123-124]:

1. Излишек (+) или недостаток (-) собственных оборотных средств (СОС) для формирования запасов (ЗП):  
 $\pm \Phi^c = \text{СОС} - \text{ЗП}$

2. Излишек (+) или недостаток (-) собственных и долгосрочных источников (Кф) для формирования запасов:  $\pm \Phi^T = \text{Кф} - \text{ЗП}$

3. Излишек (+) или недостаток (-) общей величины основных источников (ОИ) для формирования запасов:  $\pm \Phi^o = \text{ОИ} - \text{ЗП}$

На основе этих величин можно определить трехкомпонентный показатель типа финансовой ситуации  $S\{\pm \Phi^c; \pm \Phi^T; \pm \Phi^o\}$ .

Возможно выделение четырех типов финансовой ситуации:

1. Абсолютная финансовая устойчивость:

$\pm \Phi^c \geq 0, \pm \Phi^T \geq 0, \pm \Phi^o \geq 0$  или  $S\{1,1,1\}$

2. Нормальная финансовая устойчивость:

$\pm \Phi^c < 0, \pm \Phi^T \geq 0, \pm \Phi^o \geq 0$  или  $S\{0,1,1\}$

3. Неустойчивое финансовое состояние:

$\pm \Phi^c < 0, \pm \Phi^T < 0, \pm \Phi^o \geq 0$  или  $S\{0,0,1\}$

4. Кризисное финансовое состояние:

$\pm \Phi^c < 0, \pm \Phi^T < 0, \pm \Phi^o < 0$  или  $S\{0,0,0\}$

Таблица 2

Трехкомпонентный показатель типа финансовой устойчивости СХА «Терновская»

Показатели	Значения показателей, тыс. руб.			Трехкомпонентный показатель типа финансовой устойчивости (S)		
	2012г.	2013г.	2014г.	2012г.	2013г.	2014г.
1. Излишек (недостаток) собственных оборотных средств для формирования запасов ( $\pm \Phi^c$ )	8474	8050	11170	1	1	1
2. Излишек (недостаток) собственных и долгосрочных источников для формирования запасов ( $\pm \Phi^T$ )	16148	11390	17831	1	1	1
3. Излишек (недостаток) общей величины основных источников для формирования запасов ( $\pm \Phi^o$ )	20165	14821	19612	1	1	1

Следовательно, на протяжении 2012 – 2014 годов в СХА «Терновская» сложилась ситуация абсолютно устойчивого финансового состояния, которая показывает, что даже одного собственного оборотного капитала организации хватает для финансирования материальных оборотных средств. Для того чтобы сохранить достигнутые высокие показатели, предприятию необходимо систематически принимать меры по поддержанию

показателей платежеспособности, стремиться к росту эффективности использования всех производственных ресурсов, ускорению оборачиваемости всех оборотных средств и запасов в частности.

В связи с тем, что проведенный сравнительный и коэффициентный анализ не выявил проблем в финансовом состоянии СХА «Терновская», представляет интерес проведение углубленного анализа вероятности банкротства исследуемой организации.

На нынешнем этапе институт банкротства регулируется Федеральным законом № 127-ФЗ «О несостоятельности (банкротстве)» от 26 октября 2002г. Согласно ФЗ понятие «несостоятельность» (банкротство) трактуется, как признанная арбитражным судом неспособность должника в полном объеме удовлетворить требования кредиторов по денежным обязательствам и (или) исполнить обязанность по уплате обязательных платежей.[3]

Наиболее известными методами прогнозирования финансовой несостоятельности организаций являются стохастические модели. Рассмотрим некоторые из них: модель Альтмана, модель Лиса, модель Таффлера, модель Иркутской ГЭА.

На сегодняшний день в экономической литературе упоминается четыре модели Э. Альтмана. Наиболее популярной из них является модифицированная пятифакторная модель опубликованная ученым в 1968 году. В настоящее время чаще всего используется вариант этой модели:

$$Z = 0,717 X_1 + 0,847 X_2 + 3,107 X_3 + 0,42 X_4 + 0,995 X_5$$

Если  $Z < 1,23$  – предприятие признается банкротом;

Если  $Z = 1,23 - 2,89$  – ситуация неопределенна;

Если  $Z > 2,9$  – предприятие признается стабильным и финансово устойчивым.

Таблица 3

Оценка вероятности банкротства СХА «Терновская» по модели Э. Альтмана

Показатели	Содержание показателя	2012 г.	2013 г.	2014 г.
$X_1$	Отношение собственного оборотного капитала к сумме активов предприятия	0,505	0,487	0,470
$X_2$	Отношение чистой прибыли к сумме активов предприятия	0,125	0,040	0,077
$X_3$	Отношение прибыли от продаж к общей стоимости активов	0,114	-0,005	0,070
$X_4$	Отношение собственного капитала к заемному капиталу	11,803	21,292	18,539
$X_5$	Отношение объем продаж к общей величине активов предприятия	0,684	0,580	0,578
	Z– Альтмана	6,459	9,887	8,981
	Вероятность банкротства	Низкая	Низкая	Низкая

На основании расчетов по модели Э. Альтмана, можно сделать вывод о стабильно высокой финансовой устойчивости СХА «Терновская» на протяжении всего рассматриваемого периода и низкой вероятности его банкротства в течение ближайших двух лет.

Точность прогноза в этой модели на горизонте одного года составляет 95%, двух лет – 83%, что является ее достоинством. Недостатком же этой модели является то, что ее по существу можно рассматривать лишь в отношении крупных компаний, разместивших свои акции на фондовом рынке.

Проведем расчет вероятности банкротства СХА «Терновская» с помощью модели Р. Лиса:

$$Z = 0,063X_1 + 0,092X_2 + 0,057X_3 + 0,001X_4$$

Если  $Z < 0,037$  - вероятность банкротства высокая;

$Z > 0,037$  - вероятность банкротства невелика.

Таблица 4

Оценка вероятности банкротства СХА «Терновская» по модели Р. Лиса

Показатели	Содержание показателя	2012 г.	2013 г.	2014 г.
$X_1$	Отношение оборотного капитала к сумме активов предприятия	0,559	0,538	0,507
$X_2$	Отношение прибыли от реализации к сумме активов	0,114	-0,005	0,070

X <sub>3</sub>	Отношение нераспределенной прибыли к сумме активов	0,125	0,040	0,077
X <sub>4</sub>	Отношение собственного капитала к заемному капиталу	11,803	21,292	18,539
	Z- Лиса	0,065	0,057	0,061
	Вероятность банкротства	Низкая	Низкая	Низкая

Расчеты, сделанные по модели Р. Лиса, также свидетельствуют о стабильно низкой вероятности банкротства для СХА «Терновская» за исследуемый период времени.

Воспользуемся моделью Р. Таффлера для оценки вероятности банкротства исследуемой организации:

$$Z = 0,53X_1 + 0,13X_2 + 0,18X_3 + 0,16X_4$$

Если  $Z > 0,3$  — малая вероятность банкротства;

Если  $Z < 0,2$  — высокая вероятность банкротства.

Таблица 5

Оценка вероятности банкротства СХА «Терновская» по модели Р. Таффлера

Показатели	Содержание показателя	2012 г.	2013 г.	2014 г.
X <sub>1</sub>	Отношение прибыли от реализации к краткосрочным обязательствам	2,073	-0,092	1,911
X <sub>2</sub>	Отношение оборотных активов к сумме обязательств	5,348	7,390	6,679
X <sub>3</sub>	Отношение краткосрочных обязательств к сумме активов	0,055	0,051	0,037
X <sub>4</sub>	Отношение выручки от реализации к сумме активов	0,684	0,580	0,578
	Z- Лиса	1,913	1,014	1,980
	Вероятность банкротства	Низкая	Низкая	Низкая

Данная модель рекомендуется для анализа как модель, учитывающая современные тенденции бизнеса и влияние перспективных технологий на структуру финансовых показателей. Эта модель была разработана в 1977г. В целом по содержательности и набору факторов-признаков модель Р. Таффлера ближе к российским реалиям, чем модель Р. Лиса.

Расчеты Табл.3 показали, что на протяжении всего периода времени СХА «Терновская» имеет устойчивое финансовое положение и неплохие долгосрочные перспективы с низкой вероятностью банкротства.

В целом необходимо отметить, что зарубежные модели прогнозирования банкротства не в полной мере могут применяться для оценки деятельности отечественных компаний, поскольку не учитывают специфику финансовой отчетности российских организаций и отраслевые особенности сферы деятельности. При этом очевидно, что значения финансовых коэффициентов для предприятий различных отраслей могут интерпретироваться по-разному.

В связи с этим воспользуемся моделью Иркутской ГЭА, которая является одной из немногих отечественных моделей, призванных оценить вероятность наступления банкротства. Она была разработана в 1998 году специалистами Иркутской государственной экономической академии (ИГЭА) и вычисляется по формуле:

$$R = 8,38K_1 + K_2 + 0,054K_3 + 0,63K_4$$

Если  $R < 0$  – максимальная вероятность риска банкротства (90-100%);

$R = 0,00 - 0,18$  – высокий риск банкротства (60-80%);

$R = 0,18 - 0,32$  – средний риск банкротства (35-50%);

$R = 0,32 - 0,42$  – низкий риск банкротства (15-20%);

$R > 0,42$  – минимальный риск банкротства предприятия.

Таблица 6

Оценка вероятности банкротства СХА «Терновская» по модели Иркутской ГЭА

Показатели	Содержание показателя	2012 г.	2013 г.	2014 г.
K <sub>1</sub>	Отношение собственного оборотного капитала к активам	0,505	0,487	0,470

К <sub>2</sub>	Отношение чистой прибыли к собственному капиталу	0,139	0,043	0,084
К <sub>3</sub>	Отношение выручки продаж к активам предприятия	0,684	0,580	0,578
К <sub>4</sub>	Отношение чистой прибыли к затратам	0,166	0,053	0,114
	R– показатель	4,510	4,186	4,127
	Вероятность банкротства	Низкая	Низкая	Низкая

Как показали расчеты, проведенные по модели Иркутской ГЭА, на протяжении всего периода 2012 – 2014 годов СХА «Терновская» имела минимальный риск банкротства и стабильное устойчивое финансовое состояние.

Таким образом, все использованные модели прогнозирования банкротства подтвердили вывод о стабильном устойчивом финансовом состоянии СХА «Терновская» за рассматриваемый период времени и минимальном риске банкротства для данной организации на ближайшую перспективу.

#### Список литературы

1. Гиляровская, Л.Т. Анализ и оценка финансовой устойчивости коммерческого предприятия / Л.Т. Гиляровская. – СПб.: Питер, 2010. – 256с.
2. Сурков, И.М. Финансовый анализ: учебное пособие / И.М. Сурков, В.А. Лубков. – Воронеж: ФГБОУ ВПО Воронежский ГАУ, 2013. – 227с.
3. Федеральный закон № 127-ФЗ «О несостоятельности (банкротстве)» от 26 октября 2002г.

### К ВОПРОСУ ОБ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РЕГИОНА В НОВЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ

<sup>1</sup>Копеин В.В., <sup>1</sup>Филимонова Е.А., <sup>2</sup>Копеин А.В.

<sup>1</sup>Кемеровский институт (филиал) Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова, г.Москва

<sup>2</sup>Сибирский филиал Международного института экономики и права, г.Новокузнецк

Динамика социально-экономического развития России иллюстрирует, что мировой экономический кризис оказал и продолжает оказывать негативное воздействие на все сферы деятельности человека [1]. Экономическая и финансовая нестабильность свойственна сегодня многим странам, темпы их социально-экономического развития снижаются. В России, как части мирового экономического пространства, происходят свойственные ситуации процессы. На протяжении ряда лет после 2009 г. экономика России демонстрировала устойчивый рост: в 2010 г. валовой внутренний продукт (далее – ВВП) увеличился на 4,5 %, в 2011 году - на 4,3 %, в 2012 г. - на 3,4 %, в 2013 г. – на 2 %. В 2014 г. по данным Федеральной службы государственной статистики валовой внутренний продукт Российской Федерации вырос на 0,6 % по отношению к прошлому году. Темпы роста российской экономики начали снижаться впервые с 2009 г., в котором ВВП снизился на 7,8 % [10]. Прогнозы экономистов и экспертов на 2015 и последующие годы сходятся в признании общей тенденции понижения ВВП, расхождение мнений существует лишь в динамике ВВП.

Возможности экономического роста в России существенно снизились в связи с ограничением доступа к долгосрочным зарубежным и относительно дешевым финансовым ресурсам. Экономика страны переживает непростое время, что требует корректировки экономической политики с целью создания условий для долговременного устойчивого роста. Этот рост может быть возможен при новой модели экономического развития, необходимость создания которой озвучивается на различных уровнях [1]. Много говорится о том, что мировой экономический кризис заставляет заниматься этой проблемой. Действительно, без модернизации российской экономики, технологических прорывов и инвестиционных вложений поступательное развитие вряд ли возможно. Тем не менее, необходимо напомнить о времени, когда при экономической турбулентности 2008-2009 гг. также много говорилось о необходимости структурных реформ, создания условий для развития частного бизнеса, повышения инвестиционной привлекательности, инновационного прорыва. Но время дорогой нефти, энергоресурсов, создания крупных компаний с государственным участием автоматически снизило внимание общества к необходимости реформ.

Внутренние проблемы российской экономики оказались законсервированы, потенциальный кризис был «заморожен» и сдвинут в будущее инерционностью масштабов экономики России. В настоящее время

экономический спад продолжается и находит свое отражение на региональном уровне. В числе особенностей экономического спада 2013-2014 гг. выделяют дестабилизацию региональных бюджетов, дефицит бюджетов регионов и муниципалитетов к концу 2013 г. достиг 2 трлн руб., на 1 января 2015 г. – 2,4 трлн руб. Дефицит бюджетов в 2014 г. имели 75 регионов (в 2013 г. – 77). Только самые богатые регионы – Москва, Тюменская и Сахалинская области, нефтегазодобывающие автономные округа способны проводить сбалансированную бюджетную политику [4]. Объем инвестиций снижается, в 2014 г. снижение составило 2,7 % от 2013 г. Спад инвестиций отмечен в большинстве регионов Дальнего Востока, Сибири, Северо-Запада, в половине регионов Центра и Юга [4]. Объемы строительства снизились в половине регионов России, большинстве регионов Сибири, половине регионов Северо-Запада.

Регионы с высоким промышленным потенциалом в большинстве своем оказались в «группе риска». Цены на энергоносители снижаются, падает спрос на продукты металлургии, химии, растет безработица, уменьшаются поступления в областной бюджет [3]. В Кемеровской области валовой региональный продукт (далее – ВРП) снижался с 2012 г. (на 4,2 % по отношению к предыдущему году), в 2013 г. – на 4 %, в 2014 г., по предварительным данным отмечен рост ВРП порядка 3 %. Доля убыточных предприятий остается значительной (34-38 %), но сумма убытков возрастает. Сальдо прибылей и убытков за январь-ноябрь 2014 г. увеличилась в 74 раза (до 42 млрд. руб. с 556 млн. руб. за аналогичный период 2013 г.), при этом сумма убытка возросла в 2 раза (с 51 млрд. руб. до 120 млрд. руб.) [10]. Расчеты уровня продовольственной безопасности, проведенные на основании методики с расчетом по основным базовым критериям, показали, что Кемеровская область практически полностью обеспечивает себя продовольствием [6]. Возможности для экономического роста в России есть. Металлургия, агропромышленный комплекс, химия получили определенную поддержку от девальвации рубля. Внутренний туризм, отрасли, связанные с ориентацией на импортозамещение, имеют потенциал для роста, подкрепляемый внешним и внутренним спросом [1].

Проведенные ранее оценки изменения количества регионов по уровню валового регионального продукта на душу населения от среднероссийского уровня показали, что к 2012 году наряду с расслоением регионов по этому показателю, доля регионов с превышающим среднероссийский уровень ВРП увеличилась с 20 до 35 % при снижении количества слаборазвитых регионов (до 8 %) [5]. К 2014 году число российских регионов с невысоким уровнем дохода увеличивается при снижении количества регионов с уровнями ВРП на душу населения, превышающими среднероссийский уровень.

Дифференциация российских регионов происходит и по ряду других параметров, причем амплитуда значений анализируемых показателей в ряде случаев увеличивается или изменяется по сложной траектории [3].

Эти условия выводят вопрос экономической безопасности региона в особую значимую плоскость. В большинстве случаев методики расчета уровня экономической безопасности сегодня не дают исчерпывающего ответа на то, какой же уровень необходим для заключения об устойчивости развития [7,11,12]. В отдельных работах количество блоков показателей может быть различным [2,7,9].

Корректировка методологии оценки уровня экономической безопасности региона становится жизненной необходимостью. Одним из аспектов корректировки методологии оценки экономической безопасности региона является классификация регионов с разделением их на группы, имеющие схожие базовые условия: специализация, география, трудовые, финансовые ресурсы и т.д. Важным элементом классификации должен стать параметр, характеризующий степень адаптации региона к изменениям внешних по отношению к региону условий. Соответственно, даже при общем методологическом подходе к системе оценок, этот параметр может и объективно должен иметь различные пороговые уровни для отдельных специализированных групп регионов.

Соответственно, близким по существу направлением корректировки системы оценки уровня экономической безопасности является определение дифференцированных пороговых значений для каждой группы регионов.

Изложенные постановочные аспекты изменений в методологии количественного измерения уровней экономической безопасности позволят улучшить адаптацию методики к новым экономическим условиям. Но основная задача стоит гораздо шире – в создании системы управления экономической безопасностью региона с использованием принципа обратной связи, когда колебания отдельных критериев или интегрального показателя по блоку критериев, связанных с одной стороной деятельности (инвестиционная, финансовая, энергетическая, продовольственная и др.) будут формировать варианты ответных управленческих решений по стабилизации ситуации. Конечно, следует отметить, что представленная задача не может быть решена в идеальном плане. Подобные схемы будут работать в сложно прогнозируемом поле с высоким уровнем корреляции отдельных параметров, что заведомо будет иметь погрешность. Дополнительную погрешность в выработке управленческих решений будет придавать объективная субъективность специалистов и экспертов, которые разрабатывают алгоритм расчетов и определяют значения пороговых уровней. В любом случае, организация теоретических

исследований нового содержания понятия «экономическая безопасность», системная постановка вопросов экономической безопасности с целью получения практических оценок текущей ситуации и будущего состояния принесут научную и практическую пользу.

#### Список литературы

1. Афонцев С. (2015). Выход из кризиса в условиях санкций: миссия невыполнима? // Вопросы экономики. №4. С. 20-36. [Afontsev S. (2015). Crisis Management under Economic Sanctions: Mission Impossible? Voprosy Ekonomiki, No. 4, pp. 20-36. (in Russian).]
2. Денежкина И.Е., Суздалева Д.А. Система показателей для мониторинга экономической безопасности региона // Эффективное антикризисное управление. – 2011. – №3(66). – С. 96-101.
3. Зубаревич Н. (2010). Регионы России: неравенство, кризис, модернизация. М.: Независимый институт социальной политики. [Zubarevich N. (2010). Russian Regions: Inequality, Crisis and Modernizations. Moscow: Independent Institute for Social Policy. (in Russian).]
4. Зубаревич, Н. (2015). Региональная проекция нового российского кризиса // Вопросы экономики. №4. С. 37-52. [Zubarevich N. (2015). Regional Dimension of the New Russian Crisis. Voprosy Ekonomiki, No. 4, pp. 37-52. (in Russian).]
5. Копеин В.В. Региональный фактор в системе экономической безопасности [Текст] / В.В. Копеин, Е.А. Филимонова, А.В. Копеин // Российское предпринимательство. – 2014. - №14(260)/ - с. 13-25
6. Копеин В.В. Современные проблемы мониторинга продовольственной безопасности [Текст] / В.В. Копеин // Техника и технология пищевых производств. – 2014. - №4. - с. 158-163.
7. Криворотов, В.В. Экономическая безопасность государства и регионов: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению «Экономика» [Текст] / В.В. Криворотов, А.В. Калина, Н.Д. Эриашвили. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 351 с.
8. Мау, В. (2015). Социально-экономическая политика России в 2014 году: выход на новые рубежи? // Вопросы экономики. №2. С. 5-31. [Mau V. (2015). Russia's Social and Economic Policy in 2014: Finding New Frontiers. Voprosy Ekonomiki, No. 2, pp. 5-31. (in Russian).]
9. Орехов В.И., Орехова Т.Р., Карагодина О.В. Экономическая безопасность современной России в условиях кризиса: Монография / Под науч. ред. Т.Р. Ореховой. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 105 с. – (Научная мысль). – DOI 10.12737/1720 (www.doi.org)
10. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_main/rosstat/ru/statistics/accounts/#](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/accounts/#).
11. Филимонова Е.А. Финансовая безопасность: вопросы теории и практики / В.В. Копеин, Е.А. Филимонова // Инновации и инвестиции. – 2014. – №6. – с. 77-81
12. Филимонова Е.А. Финансовая безопасность: теория, методология и практика / Е.А. Филимонова; отв. ред. В.И. Бувальцева. – Новосибирск: Изд-во СО РАН, 2010. – 213 с.

# КОНСТИТУЦИОННЫЕ ОСНОВЫ КОНКУРЕНТНЫХ ОТНОШЕНИЙ

**Таланцев В.И.**

Дальневосточный федеральный университет, г.Владивосток

Эффективность функционирования любого общества определяется результативностью деятельности отдельных отраслей и эффективностью государственной политики. В свою очередь результативность отраслей экономики во многом определяется состоянием товарных рынков, количеством участников, наличием хозяйственных и иных отношений между ними, свободой предпринимательской деятельности, состоянием конкуренции.

В конкурентных экономических условиях предприниматели и фирмы свободны в своих действиях, самостоятельно определяют объемы производства товаров и услуг, самостоятельно ищут потребителей своего товара, самостоятельно формируют и назначают цену на свой товар, свободно вступают в экономические отношения с другими лицами. Именно конкуренция является главным условием свободного предпринимательства. В свою очередь свободное предпринимательство обеспечивает наличие конкурентных отношений на рынке.

Конкуренция понуждает предпринимателей и фирмы к эффективным действиям на рынке, заставляет их предлагать потребителям более широкий ассортимент товаров и услуг по более низким ценам и лучшего качества. Важнейшим условием эффективной конкуренции является свободная торговля и обмен товарами на всем экономическом пространстве, которое включает как российские, так и иностранные рынки. При таких условиях ответная реакция от потребителей без искажений и оперативно через продавцов доходит до поставщиков и производителей товаров, что позволяет им самостоятельно и своевременно принимать решения о перераспределении ресурсов в экономически более привлекательные сферы. Такое перераспределение происходит в достаточно короткое время и не связано с дополнительными затратами, поскольку барьеры входа на новые рынки в условиях развитой конкуренции незначительны.

Конкуренция способствует прогрессу экономики за счет повышения эффективности производства, создания условий для концентрации ресурсов в наиболее развитых и привлекательных секторах экономики, насыщения товарных рынков разнообразными товарами и услугами, снижения уровня издержек производства и обращения, росту потребления товаров и услуг и, соответственно, обеспечивает рост валового внутреннего продукта (ВВП). Конкуренция среди товаропроизводителей побуждает участников рынка активно внедрять инновации, совершенствовать технологии, рационально использовать ограниченные природные и иные ресурсы. Свобода потребительского выбора способствует оздоровлению экономики, не позволяя действовать неэффективным фирмам и предпринимателям. Любое искусственное ограничение свободы входа на рынки, перемещения товаров между территориями, введение запретов и ограничений для свободного обращения товаров на рынке будет иметь негативные последствия для конкуренции и национальной экономики, а также приведет к ограничению свободы выбора товаров и услуг потребителями.

В современных условиях действия экономических санкций в отношении российской экономики, падения курса национальной валюты и значительного роста цен на потребительском рынке именно конкуренция в производственном секторе может служить действенным механизмом сдерживания роста цен. Использование только административного ресурса, проведение многочисленных проверок, привлечение продавцов к административной ответственности не даст желаемого результата. Единственный эффективный путь – создание условий для развития конкуренции среди товаропроизводителей.

Развитие рыночных отношений в обществе предполагает уменьшение прямого вмешательства государства в деятельность субъектов предпринимательства. Государство как субъект рыночных отношений, с одной стороны, может поддерживать через систему соответствующих институтов экономически оправданное состояние конкурентной среды, а с другой – создавать определенные препятствия в виде административных или политических барьеров для деятельности отдельных субъектов рынка.

Необходимость осуществления государственной регулятивной функции в определенных сферах экономического развития общества неоспорима. Однако, определяя роль государства в условиях развития рыночных отношений, необходимо учитывать и важнейший постулат рынка – его способность к саморегулированию. Исторически в России сложилась ситуация активного вмешательства органов власти в хозяйственную деятельность субъектов рынка. Органы исполнительной власти и органы местного самоуправления далеко не всегда могут найти адекватные рыночной экономике пути взаимоотношений с хозяйствующими субъектами. Они компенсируют это тем, что принимают подзаконные акты, касающиеся вопросов лицензирования, квотирования, усложнения порядка регистрации и сделок с имуществом, создания

дополнительных барьеров в распределении земельных участков, предоставления в аренду производственных и служебных помещений, оформления договоров и др. Исходя из этого, должны быть выработаны адекватные способы выстраивания отношений между органами власти и хозяйствующими субъектами.

Полномочия органов власти, ставящие в зависимость от них действующие на рынке хозяйствующие субъекты, и практика использования некоторыми участниками рынка властного патронажа, запрещенная Конституцией Российской Федерации и антимонопольным законодательством, до настоящего времени еще не изжиты. Достаточно сильная потребность в административном регулировании хозяйственной деятельностью субъектов должна быть нейтрализована системой сдержек и противовесов в виде законодательного закрепления норм. Особая роль в этом процессе принадлежит антимонопольному законодательству.

В соответствии со ст. 2 Федерального закона «О защите конкуренции» антимонопольное законодательство Российской Федерации основывается на Конституции Российской Федерации, Гражданском кодексе Российской Федерации и состоит из настоящего закона и иных федеральных законов. Таким образом, соответствующие нормы Конституции Российской Федерации являются основой антимонопольного законодательства и предают ему конституционную весомость. Кроме того, антимонопольное законодательство является федеральным и относится к исключительной компетенции Российской Федерации, устанавливая правовые основы единого рынка.

Конституция Российской Федерации непосредственно содержит ряд норм, обеспечивающих реализацию полномочий антимонопольных органов в сфере выполнения контрольных функций, связанных с развитием рыночной конкуренции, ограничением монополистической деятельности хозяйствующих субъектов и антиконкурентных действий органов власти и управления.

Статья 8 Конституции Российской Федерации устанавливает, что в Российской Федерации гарантируется единство экономического пространства, свободное перемещение товаров, услуг и финансовых средств, поддержка конкуренции, свобода экономической деятельности. Данная статья включена в первую главу Конституции Российской Федерации «Основы конституционного строя» и, таким образом, определяет базовые основополагающие принципы экономического устройства государства. В соответствии со статьей 135 Конституции эти положения могут быть пересмотрены только Конституционным собранием или всенародным голосованием (референдумом), но никаким иным органом государственной власти, включая высший законодательный орган – Федеральное Собрание Российской Федерации. Следовательно, они имеют высшую юридическую силу по отношению не только к любым иным актам права, но и к нормам других глав Конституции Российской Федерации.

Любые акты, решения и действия органов государственной власти, органов местного самоуправления и их должностных лиц в Российской Федерации не должны нарушать данных положений Конституции государства. Кроме того, для ограничения и пресечения возможных нарушений базовых принципов экономического устройства Российской Федерации должно создаваться и применяться соответствующее законодательство, а также формироваться и наделяться необходимыми полномочиями органы государственной власти, осуществляющие контроль за соблюдением этих норм.

Конституция Российской Федерации содержит положения, направленные на поддержание экономических основ конституционного строя, изложенных в ст. 8. В первую очередь, ст. 71 Конституции государства относит к ведению Российской Федерации установление правовых основ единого рынка, финансовое, валютное, кредитное, таможенное регулирование, денежную эмиссию, основы ценовой политики, федеральные экономические службы, включая федеральные банки. Без этих условий все принципы ст. 8 Конституции носят не более чем декларативный характер.

Ст. 74 Конституции Российской Федерации устанавливает, что на территории Российской Федерации не допускается установление таможенных границ, пошлин, сборов и каких – либо иных препятствий для свободного перемещения товаров, услуг и финансовых средств, а отдельные ограничения могут вводиться только в соответствии с федеральным законом, если это необходимо для обеспечения безопасности, защиты жизни и здоровья людей, охраны природы и культурных ценностей. Тем самым Конституция Российской Федерации налагает определенные ограничения на возможные действия органов государственной власти Российской Федерации, субъектов Российской Федерации и органов местного самоуправления по установлению подобных ограничений.

Еще одним аспектом конституционного обеспечения реализации общих принципов экономического устройства государства является включение в Конституцию Российской Федерации прав и свобод человека и гражданина в экономической сфере. Ст. 34 Конституции устанавливает, что каждый имеет право на свободное использование своих способностей и имущества для предпринимательской и иной не запрещенной законом экономической деятельности. При этом не допускается экономическая деятельность, направленная на

монополизацию и недобросовестную конкуренцию. Права и свободы в экономической сфере, равно как и все иные права и свободы человека и гражданина, являются постоянно действующими, определяют смысл, содержание и применение законов, деятельность законодательной и политической власти, органов местного самоуправления и обеспечиваются правосудием (ст. 18 Конституции государства). Любые акты и действия органов государственной власти, направленные на ограничения прав и свобод граждан в экономической сфере, противоречат Конституции Российской Федерации.

Перечисленные нормы Конституции Российской Федерации прямо касаются политики государства по ограничению деятельности органов государственной власти и органов местного самоуправления по сдерживанию конкуренции и нашли свое практическое воплощение в антимонопольном законодательстве и в законодательстве о контрактной системе в сфере закупок товаров, работ и услуг для государственных и муниципальных нужд. Так, статья 2 Федерального закона от 5 апреля 2013 г. № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» гласит, что законодательство о контрактной системе в сфере закупок основывается на положениях Конституции Российской Федерации. Действие вышеперечисленных норм Конституции устраняет любые барьеры и препятствия как для перемещения товаров на всей территории государства, так и для выхода на рынок любых участников.

Согласно пункта 4 статьи 3 вышеназванного закона участником закупки, т.е. поставщиком, подрядчиком, исполнителем, может быть любое юридическое лицо, независимо от его организационно-правовой формы, формы собственности, места нахождения и места происхождения капитала или любое физическое лицо, в том числе зарегистрированное в качестве индивидуального предпринимателя. За счет такого неограниченного большого числа потенциальных участников и обеспечивается реальная и эффективная конкуренция за доступ к бюджетным деньгам, что приводит к снижению начальной цены закупки и экономии средств.

Важнейшее значение имеет реализация принципа обеспечения конкуренции, закрепленного в статье 8 закона № 44-ФЗ. Согласно этой нормы контрактная система направлена на создание равных условий для обеспечения конкуренции между участниками закупок. Любое заинтересованное лицо имеет возможность стать поставщиком (подрядчиком, исполнителем). Конкуренция в сфере закупок должна быть основана на соблюдении принципа добросовестной ценовой и неценовой конкуренции между участниками закупок в целях выявления лучших условий поставок товаров, выполнения работ, оказания услуг. Любые действия государственных и муниципальных заказчиков, органов государственной власти и органов местного самоуправления, их должностных лиц, которые приводят или могут приводить к ограничению конкуренции и необоснованному ограничению числа участников являются незаконными.

#### Список литературы

1. Артемьев И.Ю., Пузыревский С.А., Сушкевич А.Г. Конкурентное право России: учебник. – М., ГУ ВШЭ, 2014, - 496с.
2. Битва за конкуренцию/ Под ред. И.Ю. Артемьева. - М., ООО «ТМ- Менеджмент», 2009. – 392с.
3. Конституция Российской Федерации – М., Юридическая литература, 1993.
4. Князева И.В. Антимонопольная политика в России: учебное пособие. – М., Омега-Л, 2006. - 526с.
5. Конкуренция и антимонопольное регулирование: учебное пособие /под ред. А.Г. Цыганова. - М., Логос, 1999. - 368с.
6. Таланцев Владимир. Антимонопольное законодательство и регулирование. Принципы, проблемы и практика применения. Lap Lambert Academic Publishing, 2011. – 242с.
7. Федеральный закон от 26 июля 2006г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции».
8. Федеральный закон от 5 апреля 2013г. № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд».

## МЕТОДИКА РАСЧЁТА ПОТРЕБНОСТИ В ИСТОЧНИКАХ ФИНАНСИРОВАНИЯ АКТИВОВ

**Бобок В.С., кандидат экономических наук, ст. преподаватель кафедры экономики Российского государственного социального университета**

Аннотация.

Настоящая статья посвящена проблемам государственного регулирования экономики Краснодарского края, также государственного финансирования хозяйственных субъектов для формирования сбалансированных экономических отношений. В статье предложена методика оценки минимальной потребности хозяйствующего субъекта в оборотных средствах, а также потребности простого воспроизводства необоротных активов

Ключевые слова: Государственное регулирование; финансирование; оборотные средства; необоротные активы; субсидии; субсидирование процентной ставки.

### THE METHODOLOGY FOR CALCULATING THE NEED FOR SOURCES OF FINANCING ASSETS

**Boboc VS, Ph.D., Art. Lecturer of the Department of Economics of the Russian State Social University**

Abstract.

This article is dedicated to the problems of state regulation of the economy of Krasnodar region, and public funding of economic agents for the formation of balanced economic relations. The paper proposes a method of estimating the minimum requirement of an economic entity in working capital, as well as the needs of simple reproduction of fixed assets.

Keywords: government regulation; financing; working capital; non-current assets; subsidies; interest rate subsidies.

Государственное регулирование экономики тесно связано со стратегией развития общества, которая определяет концепцию развития в соответствии с выбранной моделью рыночной экономики. «В условиях «свободного рынка» роль государства сводится только к защите прав собственности, целостности национального суверенитета, законности и правопорядка и стабильности национальной валюты».[6]

«Экономический механизм агропромышленного производства должно базироваться на ликвидации неэквивалентности в товарообороте сельского хозяйства с другими отраслями экономики, создании условий для расширенного воспроизводства в АПК, более полного обеспечения страны сельхозпродукцией, сырьём и продовольствием. Необходимо увеличение государственной поддержки сельхозпроизводителей, в том числе путём финансирования кредитования, регулирования продуктовых рынков государственного управления и контроля в сельском хозяйстве». [1]

К числу важнейших мер финансовой поддержки сельхозорганизаций относятся льготное кредитование и страхование урожая сельхозкультур. Соединённые Штаты Америки имеют больший уровень поддержки – в 2013 г. – 23.8 млрд. долларов; Япония – 35.4 млрд. долларов; Канада – 4.6 млрд. долларов; Европейский союз – 92.3 млрд. долларов; Австралия имеет самый низкий уровень поддержки сельхозтоваропроизводителей среди развитых стран – 460 млн. долларов. Таким образом, в большинстве стран с рыночной экономикой действуют различные системы государственной поддержки аграрного производства. При этом применяется гарантированная скупка излишков продукции по минимальным ценам, льготное кредитование, таможенное регулирование (как экономическое, так и административное) и др. В США и Канаде доля прямых субсидий соответственно составляет – 24 и 21%. Остальные субсидии косвенные. В странах ЕС преобладают косвенные субсидии – более 90%. Таким образом, помимо субсидирования и других «внутренних» мер, государство оказывает влияние на развитие сельского хозяйства путём установления более высоких импортных тарифных ставок на с/х товары, размер которых за рубежом традиционно выше, чем на промышленные товары.

Ставки пошлин на сельхозтовары, как правило, наиболее высокие в Индии – 40.4% и Южной Корее – 46.5%; которые считаются самыми закрытыми аграрными рынками мира. На втором месте по уровню тарифных барьеров в сельскохозяйственном секторе состоит ЕС (8.8-14.4% НДС + ограничения в цене: > 298 EUR 1 тонну) который традиционно проводил политику жёсткого аграрного протекционизма. Некоторые же страны продуценты и экспортёры сельхоз. Продукции, например Канада – 4.86% напротив, традиционно придерживаются более либеральной политики в области с/х импорта. Новая Зеландия вообще отказалась от применения протекционизма в с/х торговле. Однако круг таких стран с незначительным уровнем аграрного протекционизма очень ограничен. Россия занимает промежуточное положение по размеру тарифов (15% - 0.12

EUR за 1 кг (4.32 руб.) в зависимости от сезона +10% НДС). Сельскохозяйственные предприятия Краснодарского края переживают значительные трудности. Поэтому система государственной поддержки АПК должна быть неотъемлемой частью аграрной политики края и представляет собой совокупность различных форм и методов льготного или безвозмездного государственного финансирования хозяйственных субъектов для формирования сбалансированных экономических отношений, обеспечивающих эффективное функционирование агропромышленного производства.

В 2012 году сельхозпроизводители Краснодарского края получили из федерального бюджета 89.6 млн. руб. субсидий, в 2013 году - 160.5 – млн. руб. (Табл.1.) Максимальная доля субсидий из федерального бюджета выделена в 2013 году – 160.5 млн. руб., что 2.1 раза больше чем в 2011 году – 79.2 млн. руб.

Таблица 1

Финансирование субсидий АПК Краснодарского края за счёт средств федерального бюджета, млн. руб.<sup>6</sup>

Наименование отрасли промышленности	Целевое использование – закупка продукции	Год			Соотношение в %
		2011	2012	2013	
Молочная	Молоко	-	31,7	28,7	-
Мясная	Живая масса скота	30,3	13,4	16,5	54
Масложировая	Масло, семена	12,53	14,1	23,2	185
Комбикормовая	Ячмень, овёс, пшеница	-	78	5,1	-
Макаронная	Пшеница	-	0,140	-	-
Фруктовоовощная	Овощи	36,4	1,76	0,642	1,7
Мукомольная и крупяная	Пшеница	-	6,5	1,65	-
Сахарная	Сахарная свекла	-	14,2	36,7	-
Производство риса	Рис	-	-	46,1	-
ИТОГО		79,2	89,6	160,5	202,6

«Предусматривается, что субсидирование процентных ставок по кредитам для малых форм составит 95% за счёт средств федерального бюджета, по сути, это будут бесплатные кредиты». [5] за период с 2011 по 2013 гг. уровень финансирования АПК края за счёт средств краевого бюджета вырос в молочной, мясной и плодовоовощной отраслях. Величина дотаций на производство молока увеличилась на 61% - 2,6 млн. руб., по сравнению с 2011 годом 1,6 млн. руб. (Табл.2)

Таблица 2

Финансирование АПК Краснодарского края за счёт средств краевого бюджета, млн. руб.<sup>7</sup>

Наименование отрасли промышленности	Целевое использование	Год			Соотношение 2013г. к 2011г., %
		2011	2012	2013	
Молочная	Технологическое оборудование	1,6	1,9	2,6	162,5
Мясная	Оборудование, скот	5,2	14,1	14,7	282,2
Масложировая	Технологическое оборудование	1,18	5,7	4,7	398
Сахарная	Технологическое оборудование	0,7	0,3	4,4	628,5
Безалкогольная	Технологическое оборудование	-	0,297	-	-
Хлебопекарная	Технологическое оборудование	0,543	0,506	-	-
Фруктовоовощная	Технологическое оборудование	0,667	-	3,3	494
Кондитерская	Технологическое оборудование	0,833	27,4	11,6	в 14 раз

<sup>6</sup> Данные департамента Сельского хозяйства и перерабатывающей промышленности Краснодарского края.

<sup>7</sup> Данные департамента Сельского хозяйства и перерабатывающей промышленности Краснодарского края.

Комбикормовая	Технологическое оборудование	4,9	-	1,3	26,5
Мукомольная	Технологическое оборудование	20,7	-	-	-
Итого:		36,4	40,9	38,174	104,6

«Острой проблемой в сельском хозяйстве является построение налоговой системы в соответствии с законами рынка и направленность её на стимулирование отечественного производства». [7] Для оценки потребности в инвестициях, можно рассмотреть методика минимальной потребности хозяйствующего субъекта в оборотных средствах, а также потребности простого воспроизводства необоротных активов, скорректированной на обеспеченность кредитной сделки со стороны потенциального заёмщика собственным имуществом. На первом этапе надлежит оценить потребность хозяйствующего субъекта в воспроизводстве в необоротных активов. Разработать оптимальную структуру в необоротных активов и, как следствие, определить существующую потребность базируясь при расчётах лишь на балансовых данных и другой отчётности. Проанализировать, какая часть внеоборотных активов финансируется за счёт собственного капитала и долгосрочных кредитов и займов можно по следующей формуле:

$$ПС_{BA} - СК - ДКЗ = П_{BA}, \text{ где [4]} \quad (1)$$

$ПС_{BA}$  – первоначальная стоимость внеоборотных активов; СК – собственный капитал; ДКЗ – долгосрочные кредиты и займы;  $П_{BA}$  – дополнительная потребность в источниках для финансирования внеоборотных активов.

На втором этапе определяется какая часть материально-производственных запасов и краткосрочной дебиторской задолженности формируется за счёт краткосрочных кредитов и займов кредиторской задолженности поставщиком и подрядчиком:

$$(ЗЗ + ДЗ) - (ККЗ + КЗ_{Пост}) = П_{о.а.}, \text{ где} \quad (2)$$

ЗЗ – запасы и затраты; ДЗ – дебиторская задолженность; ККЗ – краткосрочные кредиты и займы;  $КЗ_{Пост}$  – кредиторская задолженность поставщикам и подрядчикам;

$П_{о.а.}$  – дополнительная потребность в источниках для финансирования оборотных активов.

Если  $П_{о.а.}$  принимает положительное значение, то предприятие испытывает недостаток финансирования оборотных активов и, следовательно, требуется привлечение краткосрочных кредитов и займов. Отрицательное значение  $П_{о.а.}$  свидетельствует об оптимальной структуре формирования соответствующих активов. Общая потребность в долгосрочных и краткосрочных кредитах и займах определяется суммированием потребности в оборотных внеоборотных активов.

Анализ деятельности и финансового состояния консервных предприятий Краснодарского края за 2011-2013 гг. позволил определить их кредитный потенциал (Табл.3). Анализ был проведён по семи консервным предприятиям: ОАО «Динской консервный завод»; ООО «Техада»; ООО «Интерагросистемы»; ООО «Абинский»; ООО «Балтимор - Краснодар»; ЗАО «Тихорецкие консервы»; ООО «Полтавские консервы». Из таблицы 3 видно, что минимальный кредитный потенциал консервных заводов в 2011 году составлял – 42,7 млн руб., а в 2013 году - 8403 млн руб., что соответствует их минимальной потребности в дополнительных кредитных ресурсах для финансирования недостатка основных и оборотных активов. Более нуждаются в заёмных кредитных ресурсах – в 2013 году ООО «Техада» - 20,3 млн руб. и ООО «Полтавские консервы» - 19,0 млн руб.

Таблица 3

Кредитный потенциал консервных предприятий Краснодарского края за 2011-2013 гг., млн. руб.

Наименование предприятия	Год		
	2011	2012	2013
ОАО «Динской консервный завод»	7,8	9,5	16,4
ООО «Балтимор»	6,3	8,1	15,4
ЗАО «Тихорецкий»	8,4	10,2	18,2
ООО «Полтавские консервы»	19,9	14,3	19,0
ООО «Техада»	9,3	10,5	20,3
Итого:	42,7	53,6	89,3

Итак, практика способствует усилению финансово-экономической полярности, разделению предприятий на сильные и слабые в локальной зоне, негативно сказывается не только на отдельно хозяйствующих субъектах,

но и на территориях, где существуют такие самообразующие организации, отражается экономической и социальной стабильности данной зоны. Государственная поддержка должна быть дифференцированной, способствовать, прежде всего, укреплению неустойчивых в финансовом плане организаций. Например, субсидии на компенсацию расходов в виде процента по кредитам, выданным на текущие затраты, должны получать не все предприятия, а лишь имеющие кассовые разрывы и недостаток ликвидных средств. На основе целевых инвестиций, региональных субсидий, льготного кредитования и лизинга должно проводиться технико-технологическое перевооружение отраслей агропромышленного комплекса. Напрямую могут стимулировать капиталовложение в развитие материально-технической базы АПК налоговые льготы на прибыль, направляемую в ресурсосберегающие инновации, а также политика ускоренной амортизации. Рационализация ресурсопотребления в АПК будет способствовать формированию правового поля, регламентирующего экологическое природопользование, а также информационного и образовательного аграрного пространства, обеспечивающего агропредприятиям льготный доступ к необходимым данным и консультационную поддержку.

#### **Список литературы**

1. Алтухов, А. Финансово-кредитные механизмы регулирования агропроизводства / А. Алтухов // Экономика сельского хозяйства России. – 2007. - №2. – С. 17.
2. Болос Помпус. Потребность сельского хозяйства в финансовых ресурсах на расширенное воспроизводство // Экономика сельского хозяйства России. – 2011. - №4. – С. 24.
3. Валибутаев, Л. Самые необходимые кредиты // Агробизнес – Россия. – 20012. - №3. – С.20.
4. Зарук, И. Оценка кредитного потенциала сельхозтоваропроизводителей // АПК: Экономика, управление. – 2007. - №2. – С.26.
5. Из выступления Министра сельского хозяйства РФ А. В. Гордеева. О государственной поддержке сельскохозяйственной отрасли // Агробизнес – Россия. – 2007. - №3. – С.5.
6. Лаптев, О. Субсидирование сельскохозяйственных предприятий / Олег Лаптев // Экономика сельского хозяйства России. – 2010. – №1. – С. 29.
7. Трубилин, И. Т. Основы рыночной экономики: учебное пособие / И. Т. Трубилин, В. В. Сидоренко, И. Ф. Попов. – Краснодар: КубГАУ, 2009. – С. 257-397.

### **ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ СНИЖЕНИЯ СТОИМОСТИ И СОКРАЩЕНИЯ СРОКОВ СТРОИТЕЛЬСТВА И РЕКОНСТРУКЦИИ ОСНОВНЫХ ФОНДОВ ПРЕДПРИЯТИЯ**

**Нарская О.И.**

Санкт-Петербургский Государственный архитектурно-строительный университет, г.Санкт-Петербург

Для улучшения показателей стоимости и сроков строительства и реконструкции основных фондов следует использовать комплексный подход, который, с одной стороны, обеспечивает привязку деятельности по расширенному воспроизводству основных фондов предприятия к его базовой корпоративной и инвестиционной стратегиям, а с другой стороны способствует формированию организационно-экономического механизма этой деятельности. Мы предлагаем рассматривать весь комплекс мер по снижению стоимости и сокращению сроков строительства по двум важнейшим направлениям:

1. Стратегическое планирование расширенного воспроизводства основных фондов в рамках базовой корпоративной и инвестиционной стратегий развития.
2. Ресурсно-институциональное обеспечение строительства и создание эффективной системы управления строительством и реконструкцией основных фондов предприятия.

В рамках первого направления решаются следующие задачи:

- определение значения и места расширенного воспроизводства основных фондов в корпоративной и инвестиционной стратегиях предприятия,;
- выбор рациональных форм воспроизводства основных фондов, обеспечивающих реализацию базовой стратегии развития предприятия.
- выбор способов организации строительно-монтажных работ, обеспечивающих снижение стоимости и сокращение сроков строительства и реконструкции основных фондов.
- обеспечение расширенного воспроизводства основных фондов инвестиционными ресурсами.

В рамках второго направления предполагается решение задач по разработке и внедрению элементов организационно-экономического механизма снижения стоимости и сокращения сроков строительства и реконструкции основных фондов за счет рациональной организации СМР и создания системы управления инвестиционно-строительными проектами. При этом термин «механизм» мы используем в переносном смысле и рассматриваем как «систему, устройство, определяющие порядок какого-нибудь вида деятельности» [1С309]. Применительно к анализируемой экономической деятельности организационно-экономический механизм включает совокупность экономических и управленческих методов и инструментов снижения стоимости и сокращения сроков строительства и реконструкции основных фондов предприятия, а также структурно-организационных и профессиональных ресурсов достижения поставленных стратегических целей и решения текущих задач в сфере расширенного воспроизводства основных фондов.

Этот механизм включает:

- формирование ресурсной базы строительства и реконструкции основных фондов на основе существующей стратегии, с учетом применяемых форм воспроизводства основных фондов и способов организации строительно-монтажных работ;
- создание механизма координации производственной и строительной деятельности;
- разработка и внедрение методов контроля стоимости и сроков строительства объекта на всех стадиях проектирования и строительства;
- внедрение в деятельность предприятия по строительству и реконструкции основных фондов современных методов управления проектами;
- создание базы знаний, в том числе пакетов типовой договорной, конкурсной, проектной и строительной документации, а также баз данных о рынках строительных работ и поставок технологического оборудования.

В основе рассматриваемого организационно-экономического механизма лежит система управления проектом строительства и реконструкции основных фондов предприятия. Управление проектами такого типа включает выполнение значительного количества узкопрофессиональных контрольных и надзорных функций, таких как:

- функция строительного контроля со стороны заказчика;
- функция авторского надзора со стороны проектировщика;
- функция освидетельствования и проведения промежуточных и окончательных приемок объектов и их частей (очередей);
- функция проведения аудитов и экспертиз при возникновении разногласий с привлекаемыми подрядными и иными организациями;
- функция обеспечения эффективного взаимодействия с государственными контрольными органами контроля [2].

К управленческим решениям, определяющим стоимостные и временные показатели инвестиционно-строительных проектов, мы предлагаем относить следующие:

- выбор схемы реализации инвестиционно-строительного проекта, определяющей состав участников проекта, распределение рисков и характер взаимоотношений между ними [3];
- способы и качество отбора участников инвестиционно-строительного проекта;
- применяемые формы и условия контрактов на выполнение подрядных и проектных работ, поставки оборудования и оказание возмездных услуг;
- расчет стоимости строительства и контроль стоимостных параметров в ходе реализации инвестиционно-строительного проекта;
- сочетание внутреннего и внешнего контроля над ходом строительства и качеством строительной продукции;
- доарбитражное и арбитражное урегулирование споров с участниками инвестиционно-строительного проекта.

В суммированном виде проблемы, направления и решаемые задачи снижения стоимости и сокращения сроков строительства и реконструкции основных фондов предприятия представлены в Табл.1.

Таблица 1

Проблемы и направления снижения стоимости и сокращения сроков строительства и реконструкции основных фондов предприятия

№ п/п	Проблемы	Направления решения и решаемые задачи
1. Стратегическое и инвестиционное планирование		
.1	Зависимость работ по воспроизводству основных фондов предприятия от текущего состояния предприятия и базовой стратегии его развития	Формирование эффективных механизмов стратегического планирования воспроизводства основных фондов как части базовой стратегии развития предприятия.
.2	Инвестиционные риски в связи с изменениями в макроэкономической и рыночной ситуациях, вызывающие неритмичность финансирования	Выбор рациональной формы воспроизводства основных фондов. Выбор рационального способа организации строительно-монтажных работ. Выбор наиболее подходящих схем выполнения инвестиционно-строительных проектов. Диверсификация источников инвестиций. Создание механизма эффективной координации СМР с деятельностью основного производства.
.3	Недостаток собственных средств.	
.4	Сложность выполнения СМР в условиях действующего производства.	
.5	Сложность расчета стоимости строительства и оценки эффективности инвестиционно-строительных проектов	
2. Институционально-ресурсное обеспечение и управление инвестиционно-строительными проектами		
.1	Недостаток ресурсов, необходимых для выполнения полного объема функций заказчика (заказчика застройщика).	Выбор рационального способа организации строительно-монтажных работ. Анализ потребностей в ресурсной базе для обеспечения СМР и ее формирование с учетом применяемых форм воспроизводства основных фондов и способов организации строительно-монтажных работ Выбор наиболее подходящих схем выполнения инвестиционно-строительных проектов. Формирование инженерно-управленческой структуры для осуществления технического надзора над строительством и укомплектование ее профессиональным кадрами, и (или) полный или частичный аутсорсинг инжиниринговых и управленческих услуг. Формирование системы переобучения и повышения квалификации специалистов. Создание базы знаний, в том числе пакетов типовой договорной, конкурсной, проектной и строительной документации, а также баз данных о рынках строительных работ и поставок технологического оборудования.
.2	Отсутствие ресурсов, необходимых для формирования технического задания, предпроектных проработок и проектирования.	
.3	Отсутствие профессиональной службы технического надзора над строительством.	
.4	Недостаток опыта и специалистов для изучения рынков общестроительных и специальных работ.	
.5	Недостаток опыта и специалистов для проведения эффективного конкурсного отбора подрядчиков.	
.6	Отсутствие опыта и специалистов, необходимых для организации управления строительством.	
.7	Недостаток опыта и специалистов по управлению отношениями в рамках договоров строительного подряда и урегулированию споров с подрядчиками.	

Составлено автором

Таким образом, повышение качества стратегического планирования развития предприятия в сочетании с формированием эффективного организационно-экономического механизма расширенного воспроизводства основных фондов позволит решить задачу снижения стоимости и сокращения сроков строительства при расширении или реконструкции действующего предприятия.

### Список литературы

1. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь. – М.: ИНФРА-М, 2005.
2. Смирнов Е.Б., Паненко И.А. Методы оценки эффективности инвестиционных проектов строительства и реконструкции основных фондов Нефтяное хозяйство. 1998. № 5. С. 7-9.
3. Смирнов Е.Б. Методологические и методические основы воспроизводства жилищного фонда крупного города в условиях экономики переходного периода. диссертация на соискание ученой степени доктора экономических наук / Санкт-Петербург, 1998.

## ОСОБЕННОСТИ НАУЧНОЙ ПРОДУКЦИИ СОЗДАВАЕМОЙ НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИМИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ СПЕЦИАЛИЗАЦИИ

**Колязина Е.В.**

ФГБНУ «Всероссийский научно-исследовательский институт экономики сельского хозяйства», г.Москва

Генераторами инновационных идей и производителями научной продукции в сельском хозяйстве являются государственные научно-исследовательские организации, научно-производственные объединения, опытные (экспериментальные) станции, высшие и средние сельскохозяйственные учебные заведения, научные кооперативы, ассоциации, проектно-конструкторские бюро, проектные институты, частные научно-производственные фирмы и другие организации, ведущие научные исследования.

Научная продукция представлена результатами интеллектуальной деятельности, объектами интеллектуальной собственности, средствами индивидуализации.

Согласно Федеральному закону «О науке и государственной научно-технической политике» научная (научно-техническая) продукция - это научный и (или) научно-технический результат, в том числе результат интеллектуальной деятельности, предназначенный для реализации [2].

В свою очередь научный (научно-технический) результат - это продукт научной (научно-технической) деятельности, содержащий новые знания или решения и зафиксированный на любом информационном носителе.

Экономисты сходятся во мнении, что результат научной (научно-технической) деятельности – это результат интеллектуальной деятельности человека, трансформирующийся в научную (научно-техническую) продукцию [3].

Таким образом, результат научной (научно-технической) деятельности является составной частью результата интеллектуальной деятельности.

Согласно Гражданскому кодексу Российской Федерации, результатами интеллектуальной деятельности признаются интеллектуальные права, которые включают исключительное право, являющееся имущественным правом, а также личные неимущественные права и иные права [1].

По мнению Потемкина С.Ю., результат интеллектуальной деятельности представляет собой подлежащий использованию нематериальный коммерческий продукт [5].

Результаты интеллектуальной деятельности, которым предоставляется правовая охрана, являются объектами интеллектуальной собственности. Их правовая охрана построена на принципе предоставления исключительных прав на объекты интеллектуальной собственности. При этом исключительным правом является право лица на использование охраняемых объектов по своему усмотрению, включая право запретить использование указанных объектов другим лицам, если такое использование не нарушает прав других правообладателей.

Результат интеллектуальной деятельности, получивший правовую охрану (правоохранный документ: патент, свидетельство) может быть реализован, использован в практической деятельности как научная продукция.

Ввиду специфичности сельскохозяйственной деятельности в качестве носителя результата интеллектуальной деятельности необходимо получение материального продукта. Так, селекционные достижения закреплены в семенах и племенном материале. Для закрепления на материальном носителе произведения науки, программы для ЭВМ и базы данных применяются традиционные материалы: бумага, магнитный носитель и т.п. Для получения нового экземпляра произведения науки, программы для ЭВМ, базы данных достаточно скопировать содержимое материального носителя и можно получить новый результата интеллектуальной деятельности, который будет выступать материальным продуктом.

В случае с селекционным достижением так сделать не представляется возможным, поскольку объект биологической природы не подлежит копированию. Поэтому процесс первичного размножения исходных материальных форм объектов биологического происхождения составляет неотъемлемую часть научной деятельности [4].

Таким образом, неотъемлемыми составляющими научной продукции являются материальный и интеллектуальный продукт. Стоит отметить, что когда продавец представляет рынку интеллектуальный продукт, объектом купли-продажи выступают исключительные права, в этом случае сделка оформляется лицензионным договором. При реализации материального продукта объектом купли-продажи выступает право собственности на материальный продукт и заключается хозяйственный договор. При этом интеллектуальные права не зависят от прав собственности на материальный продукт, в котором выражен соответствующий интеллектуальный продукт. Материальный продукт может применяться самостоятельно, независимо от наличия интеллектуального продукта, но применение интеллектуального продукта без своего материального носителя не несет какого-либо экономического смысла, если не считать последующий акт перепродажи.

Трансформация результата интеллектуальной деятельности в научную продукцию показана на Рисунке 1.



Рис.1. Трансформация результата интеллектуальной деятельности в научную продукцию

Источник: составлено автором

Структура сельскохозяйственной научной продукции весьма разнообразна:

1. техника, обладающая более высокими показателями по отношению к производимой (производительность, качество продукции, сокращение потерь, энергосбережение, металлоемкость); новые рабочие органы для машин и орудий, на основе которых конструируется обновленная сельскохозяйственная техника;
2. технология, отличающаяся более высокими параметрами (энергосберегающая, малозатратная, экологосберегающая) и снижающая себестоимость продукции. Наиболее ценной с точки зрения правовой охраны является единая технология, которая может включать в том или ином сочетании как охраняемые исключительным правом результаты интеллектуальной деятельности, так и результаты не охраняемые правом интеллектуальной собственности;
3. породы продуктивного скота, сорта растений, обладающие более высокими показателями по отношению к существующим породам животных и сортам растений (высокая продуктивность, урожайность, высокое качество продукции и т.д.);
4. новые виды применения энергии, магнитных полей и т.д., способствующие росту продуктивности, урожайности, экономии энергии, затрат и т.д. по отношению к существующим видам;
5. новые удобрения, система удобрений, способствующие росту урожайности и улучшению качества продукции;
6. новые средства защиты растений от вредителей и болезней, снижающие потери от экологического воздействия и способствующие росту продукции и ее качества и снижающие ее себестоимость;
7. новые способы хранения и переработки, влияющие на увеличение количества и качества продукции в отличие от существующих способов и снижающие ее себестоимость;
8. новые способы посева, посадки, уборки;
9. новые способы диагностики болезней, новые препараты лечения, способствующие росту продуктивности животных, снижению падежа, улучшению качества продукции и снижающие ее себестоимость;
10. новые формы организации и мотивации труда и процесса производства.

Специфика сельскохозяйственного производства предопределяет определенные сложности в создании научной продукции. Сельское хозяйство работает с живыми организмами (сорта растений, породы животных, штаммы микроорганизмов). При этом необходимо учитывать природно-климатические условия их существования. Выведение сорта растения или породы животных возможно только путем их биологического размножения. В связи с этим у научной продукции сельского хозяйства более длинный цикл создания. К тому же для этого требуются и особые средства производства, включая земельный участок, помещения для содержания животных и птиц.

Основными потребителями научной продукции являются сельскохозяйственные товаропроизводители, агропромышленные, семеноводческие и перерабатывающие предприятия, а также органы управления АПК, сфера науки и образования.

Научная продукция (главным образом интеллектуальный продукт представленный объектами интеллектуальной собственности) может реализовываться на рынке в двух формах: капитализации и коммерциализации. При капитализации научная организация-производитель присваивает права на объекты интеллектуальной собственности и использует ее в своей деятельности в качестве факторов производства (нематериальных активов, основных средств, предметов труда), что позволяет увеличить баланс организации. В этом случае в процессе реализации научной продукции происходит постепенное перенесение стоимости нематериальных объектов на стоимость производимой продукции, так называемый процесс капитализации.

При коммерциализации (коммерческой реализации) научная организация (собственник научной продукции) отчуждает полностью или частично права на объект интеллектуальной собственности предпринимателю (покупателю), а предприниматель в свою очередь превращает присвоенную научную продукцию в инновацию, и ее отчуждение на рынке позволяет возместить расходы, понесенные им на приобретение научной продукции.

Поэтому с экономической точки зрения наибольший интерес представляют имущественные отношения интеллектуальной собственности, связанные с коммерческим использованием результатов интеллектуальной деятельности.

#### **Список литературы**

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть четвертая - от 18.12.2006 № 230-ФЗ
2. Федеральный закон от 23.08.1996 № 127-ФЗ (ред. от 02.11.2013) «О науке и государственной научно-технической политике»
3. Бондаренко, Т.Г. Проблемы реализации результатов научно-технической деятельности сельскохозяйственной науки / Проблемы экономического роста и конкурентоспособности сельского хозяйства России: материалы Третьего Всероссийского конгресса экономистов-аграрников, 9-10 февраля 2009г.- М.:ФГНУ «Росинформагротех», 2009. - 468 с.
4. Бондаренко, Т.Г. Трансформация результатов научной деятельности в инновации / Т.Г. Бондаренко, Г.А. Полуниин // АПК: экономика и управление.- 2012.- № 9.
5. Потемкин, С.Ю. Бухгалтерский и налоговый учет в инновационной сфере: от создания результатов научно-технической деятельности до использования прав на интеллектуальную собственность/ С.Ю. Потемкин. – М.: Издательство «Экзамен», 2011. – 239 с.

### **ОТЛИЧИТЕЛЬНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ ИННОВАЦИОННОГО ТИПА**

**Гаврилов Д.А.**

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, г.Санкт-Петербург

В структуре народного хозяйства России сегодня происходят трансформационные сдвиги, включающие диверсификацию отраслей, формирование межотраслевых видов экономической деятельности на основе использования технологических новшеств, свидетельствующие об уровне инновационного развития национальной экономики. Это способствует и изменению социально-экономической системы страны, превращая ее в систему инновационного типа, в которой главная роль отводится инновационной деятельности.

Основываясь на результатах анализа [2,3], сущность социально-экономической системы можно раскрыть с помощью основных характеристик:

- социально-экономическая система – это сложная динамичная совокупность социальных, экономических, производственных элементов (систем меньшего уровня, подсистем), взаимосвязь которых обеспечивается использованием одних и тех же ресурсов, единой целевой направленностью и одним субъектом управления;

- в процессе формирования производственных отношений социально-экономическая система использует материальные, финансовые, трудовые и информационные ресурсы национальной экономики, сочетание которых зависит от уровня научно-технического развития системы.

Таким образом, социально-экономическая система может быть представлена различными субъектами хозяйствования в национальной экономике, осуществляющими экономическую деятельность на основе использования различных ресурсов. В соответствии с тем, что современная модель национальной экономики России характеризуется переходом на инновационное развитие, все социально-экономические системы приобретают дополнительные черты, отражающие содержание инновационной деятельности. В связи с тем, что в настоящее время существует значительное число научно-методических подходов к определению экономического содержания инновационной деятельности и ее влияния на структуру и принципы функционирования социально-экономических систем, рассмотрим некоторые подходы подробнее.

В основном инновационная деятельность рассматривается современными учеными как источник качественного экономического роста национальной экономики, который связан с оптимизацией использования различных ресурсов при организации экономической деятельности социально-экономических систем. Так, в работах [1,5,10,11] исследованы возможности устранения диспропорциональности макроэкономических показателей посредством влияния на экономические, социальные, производственные и экологические факторы устойчивого развития. Здесь также авторами обосновываются преимущества инновационной деятельности в регулировании макроэкономической нестабильности. Дополнением к чему представляются выводы о «двойственной природе» инновационной деятельности, ее возможностях нарушить баланс макроэкономики.

Вместе с тем значительное количество трудов посвящено изучению влияния инновационной деятельности на внутренние факторы функционирования социально-экономической системы, а именно организационной структуры и системы управления. В исследованиях [6] отмечено, что инновационная деятельность способствует развитию интеграционных образований и сетевого партнерства между социально-экономическими системами разных уровней (предприятия, отрасли, национальные экономики), что приводит к реорганизации внутренней структуры таких систем. Также в [8] указано, что происходящая при реализации инновационной деятельности технологическая модернизация социально-экономических систем стимулирует совершенствование системы управления, внедрение новых методов.

Наконец, необходимо отметить и другой аспект инновационной деятельности – ее влияние на развитие и использование интеллектуального потенциала социально-экономической системы. В работе [9] авторами отмечается, что инновационная деятельность способствует совершенствованию использования интеллектуального потенциала социально-экономической системы в процессе реализации производственных отношений, что приводит к повышению эффективности использования трудовых ресурсов. Одновременно с этим в [4] подчеркнута, что задействованные в реализации инновационной деятельности трудовые ресурсы проявляют большую лояльность к изменениям, что позволяет оптимизировать использование других ресурсов персоналом и повысить эффективность инновационной деятельности в целом.

То есть инновационная деятельность формирует в социально-экономической системе источники (факторы) гибкости и адаптивности, создает новые конкурентные преимущества в усложняющейся макроэкономической обстановке. Так, основываясь на результатах анализа подходов к определению роли и содержания инновационной деятельности, можно сказать, что социально-экономические системы инновационного типа имеют отличительные источники конкурентных преимуществ экономического и организационно-управленческого содержания. При этом экономические конкурентные преимущества возникают в результате внедрения более совершенных технологий, техники, материалов, использования в деятельности более квалифицированных трудовых ресурсов, что позволяет существенно оптимизировать (или сократить) затраты, реструктуризировать себестоимость, повысить потребительскую ценность. Организационно-управленческие конкурентные преимущества связаны с оптимизацией организационной структуры социально-экономической системы инновационного типа, внедрением эффективных методов управления, снижающих неопределенность и риски хозяйствования, повышающих точность определения перспектив развития и прогнозирования будущего состояния системы.

Также для анализа характеристик социально-экономических систем инновационного типа необходимо учитывать и особенности инноваций, создаваемых такими системами. В соответствии с [7], социально-экономическими системами инновационного типа могут быть технологические или организационные инновации. В настоящей работе технологические инновации рассматриваются как новшества продуктового, технического,

процессного (технологического) видов, направленные на усовершенствование продукции, оборудования, технологических процессов социально-экономической системы. В то же время организационные инновации направлены на повышение эффективности системы управления социально-экономической системы инновационного типа на основе внедрения новых методов и инструментов управления, способствующих росту инновационной активности, совершенствованию организации инновационной деятельности. Предполагается, что современные социально-экономические системы инновационного типа осуществляют создание и использование в производственной деятельности как технологических, так и организационных инноваций, включая их маркетинговое сопровождение для целей ускоренной коммерциализации новшеств. В соответствии с чем можно выделить особенности инновационной деятельности социально-экономических систем инновационного типа:

- инновационная деятельность социально-экономических систем инновационного типа представляет собой процесс создания и освоения технологических и организационных новшеств;

- инновационная деятельность социально-экономических систем инновационного типа является основой хозяйствования системы, а не дополнительным видом производственной деятельности, в связи с чем организационная структура должна соответствовать целям реализации инновационного цикла.

Основываясь на результатах проведенного исследования, систематизируем отличительные характеристики социально-экономических систем инновационного типа, учитывающие особенности реализации ими инновационной деятельности:

1. По содержанию инновационной деятельности социально-экономические системы инновационного типа направлены на параллельное создание и освоение технологических и организационных новшеств в целях совершенствования технологических процессов производственной деятельности и повышения эффективности управления инновационным циклом, социально-экономической системой в целом. В отличие от социально-экономических систем инновационного типа, другие системы ориентированы на создание и освоение одного вида новшеств в рамках совершенствования отдельных технологических процессов или системы управления.

2. Система управления инновационной деятельностью в социально-экономических системах инновационного типа характеризуется нацеленностью на формирование и поддержание источников инновационной активности, стимулирующих эффективную реализацию инновационной деятельности. Система управления социально-экономическими системами других типов нацелена на повышение эффективности хозяйствования на основе оптимизации использования ресурсов.

3. Оценка результатов инновационной деятельности социально-экономических систем инновационного типа осуществляется на основе показателей, критериев и методов оценки эффективности хозяйствования, так как инновационная деятельность является основной в таких системах.

Таким образом, социально-экономические системы инновационного типа имеют значительные отличия от других типов социально-экономических систем, что определяется характерными чертами инновационной деятельности как главной составляющей таких систем. Вместе с тем для социально-экономических систем инновационного типа свойственно наличие особенностей в организации управления, которое должно быть нацелено не только на бесперебойное осуществление производственной деятельности, но и на формирование, поддержание и эффективное использование источников инновационного развития в форме интеллектуального потенциала, гибкости и адаптивности к изменениям.

### Список литературы

1. Бляхман Л.С. Инновационная система как социальный институт постиндустриальной информационной экономики // Проблемы современной экономики., №3, 2005. – Электронный ресурс. Режим доступа: <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=809> (дата обращения 17.06.2015)
2. Гаврилов Д.А., Афанасьев М.В. Инновационное развитие национальной экономики в контексте современной теории управления социально-экономическими системами // Экономика и предпринимательство. – 2014. - №12. Ч.4. – С. 139-142
3. Гаврилов Д.А., Афанасьев М.В. Исследование институционального подхода к управлению социально-экономическими системами // Евразийский союз ученых. – 2014. - № 9. Ч.6. – С. 86-88
4. Гурков И.Б. Инновационное развитие и конкурентоспособность развития российских предприятий. – М.: ТЕИС. - 2003. – 236 с.
5. Завгородняя Е.А. Теория инноваций: проблемы развития и категоричной определенности – Электронный ресурс. Режим доступа: [www.ief.org.ua](http://www.ief.org.ua) (дата обращения 01.06.2015)
6. Иванова Н.И. Национальные инновационные системы как механизм саморазвития в глобальной экономике – Электронный ресурс. Режим доступа: <http://www.ptechology.ru/Innovac/Innovac24.html> (дата обращения 14.06.2015)

7. Киселева С.П. Образование и свойства инновационных систем // Креативная экономика. — 2011. — № 12 (60). – С. 79-83
8. Кондратьев Н.Д. Большие циклы конъюнктуры и теория предвидения. – М.: Экономика. - 2002. – 767 с.
9. Ленчук Е.Б. Инновационный фактор в экономическом развитии постсоциалистических стран. - М.:– Институт экономики РАН. - 2006. – 221 с.
10. Шумпетер И. Теория экономического развития. М.: Прогресс. - 1982. – 864 с.
11. Яковец Ю.В. Циклы. Кризисы. Прогнозы. – М.: Наука. - 1999. – 448 с.

## О ФАСИЛИТИ МЕНЕДЖЕРЕ В УПРАВЛЕНИИ ИНФРАСТРУКТУРОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

**Желнова К.В., кандидат экономических наук, доцент**

Ижевский государственный технический университет имени М.Т. Калашникова, г.Ижевск

Статья посвящена раскрытию представления о сущности и деятельности фасилити менеджера, как одному из наиболее востребованных типов специалистов на рынке развитых стран. В ходе проведенного исследования автор приходит к выводу о необходимости развития на российской рынке труда специалистов по управлению всей инженерной и социальной инфраструктурой организации, то есть фасилити менеджеров.

Ключевые слова: фасилити менеджер, управление инфраструктурой предприятия, эксплуатация зданий, контроль ресурсов.

Менеджмент - это сложный процесс, направленный на эффективное и рациональное достижение целей организации путем планирования, организации и контроля ресурсов.

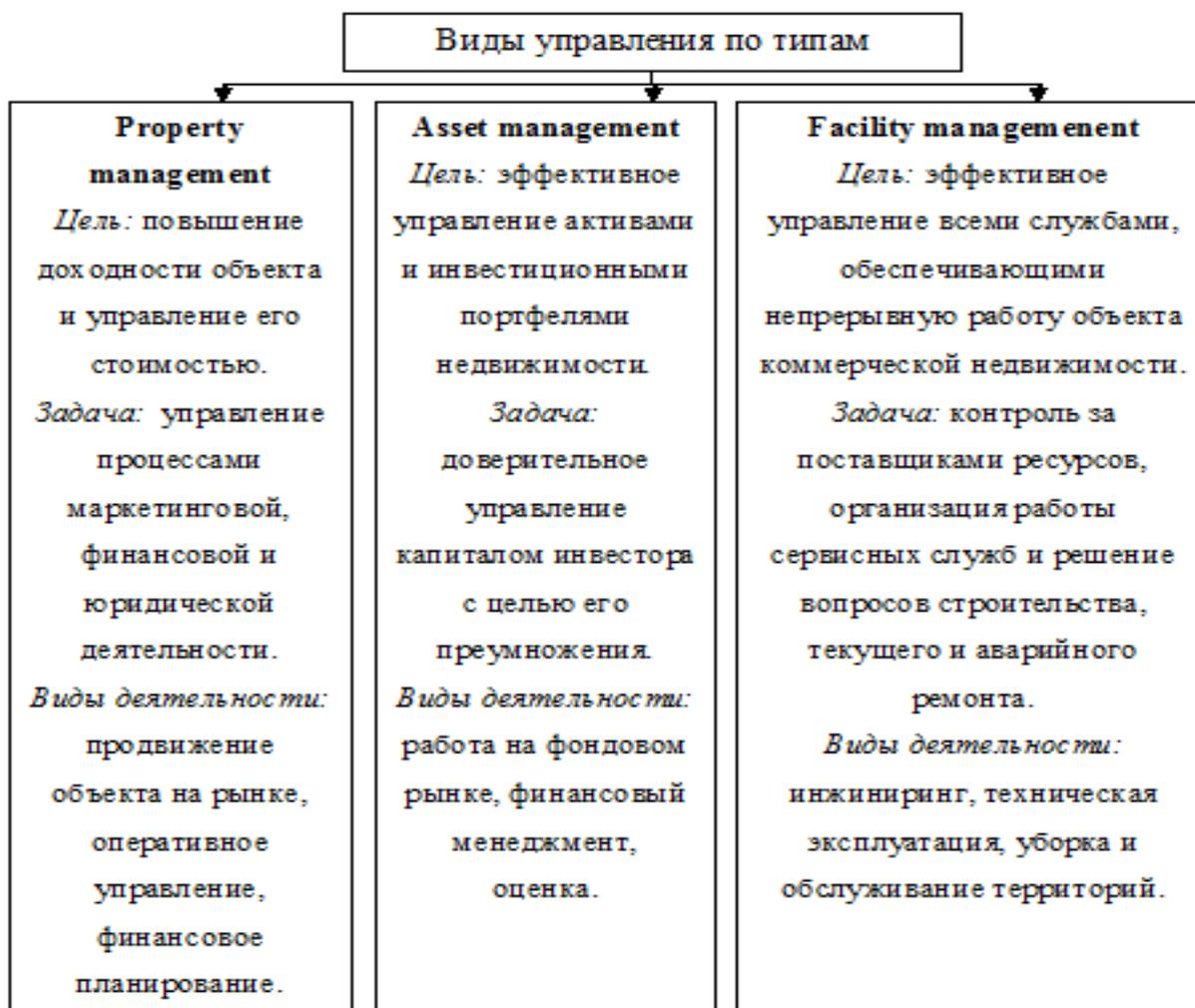


Рис.1. Основные виды управления по типам [1]

Система деятельности организации, в результате которой производятся товары и услуги, поставляемые потребителю, состоит из трех подсистем:

1) Производительная - выполняет работу, связанную с превращением входных величин в выходные результаты.

2) Административная - выдает решения, как именно должна работать производительная подсистема. Включает: дирекцию, отдел кадров, юридическую службу, службу охраны труда, бухгалтерию и планово-экономический отдел.

3) Подсистему обеспечения составляют подразделения организации, которые выполняют функции, необходимые для работы производительной и административной подсистем.

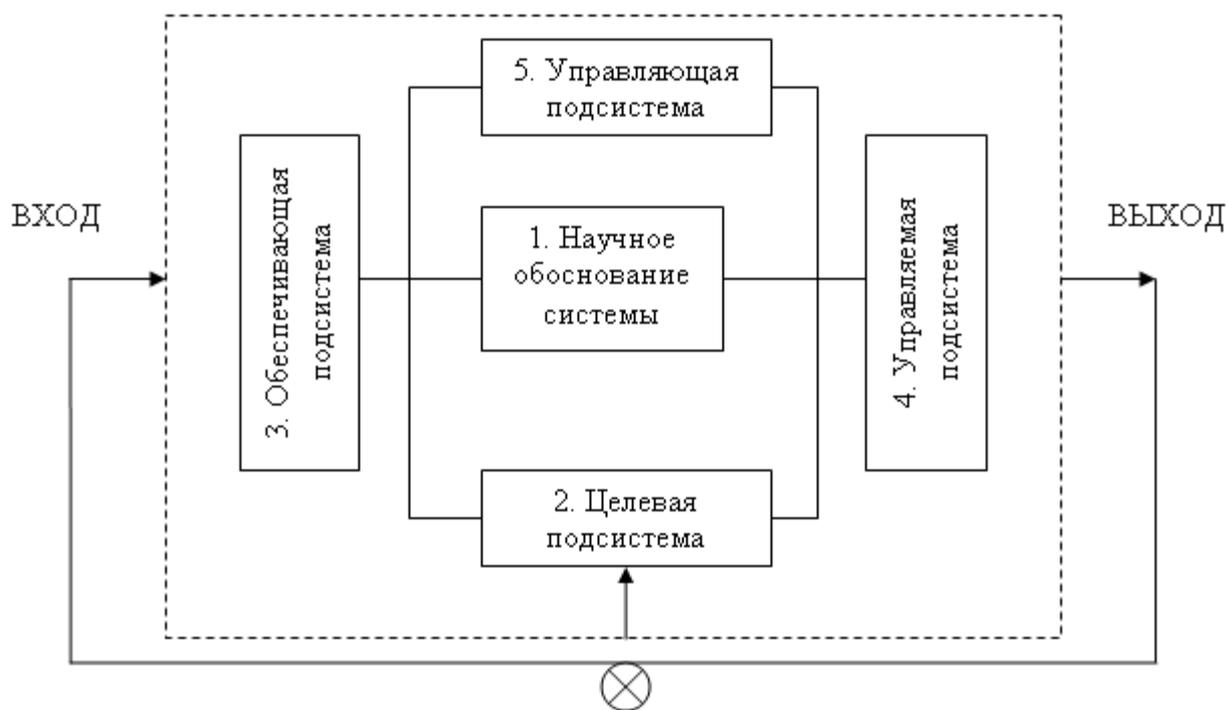


Рис.2. Структура системы управления организацией [2, с. 434]

Зарубежные компании давно обратили внимание на роль инфраструктуры в получении прибыли в условиях развитой рыночной экономики, свободной конкуренции и существования квалифицированного персонала. В результате этого на рынке труда появился такой специалист, как фасилити менеджер, который благодаря своим знаниям в области эксплуатации и использования здания способен не только решить инфраструктурные проблемы, но и сэкономить значительную часть бюджета организации, эффективно используя финансовые и материальные ресурсы [3].

В современном менеджменте facilities (амер. [fə'sɪlɪtɪz]) означает: «удобства, средства обслуживания, возможности; оборудование, устройства; сооружения». Все эти понятия отражаются в словосочетании «инфраструктура организации», что означает управление недвижимостью, инженерной и социальной инфраструктурой организации, пространством и внешним видом здания.

Таблица 1

Краткая характеристика фасилити менеджера

Фасилити менеджер – это лицо, ответственное за координацию всех действий в планировании, проектировании и управлении зданием и его системами, оборудованием для повышения возможности организации достичь эффективности и рациональности в управлении ресурсами.			
Направления деятельности:			
содержание материальных объектов	деятельность, связанная с персоналом	снижение эксплуатационных расходов организации	создание имиджа организации
Задача			
Состоит в поисках путей снижения внутренних затрат по обслуживанию и эксплуатации систем здания, в			

котором располагается организация, с одновременным поддержанием качества услуг.			
Основные функции			
участие при разработке проекта здания (комплекса зданий) с целью обеспечения соответствия конструктивных и планировочных особенностей здания его будущим функциональным обязанностям	контроль обеспечения строительными организациями рациональной и комплексной конфигурации санитарно-технических систем и электрических сетей	- закупка мебели и оргтехнического оборудования, - дизайн помещений, - организация рабочих мест персонала, - создание имиджа организации (внешний вид и интерьер здания, благоустройство прилегающей территории)	рациональное размещение объектов общего пользования (столовых, мест отдыха и парковки) относительно рабочих мест и организация процесса их функционирования
контроль обеспечения среды в организации, удовлетворяющей требуемым санитарно-гигиеническим нормам	организация: - уборки помещений, - текущей эксплуатации инженерно-технического оборудования здания, - проведения всех видов ремонтных работ и контроль их выполнения	контроль: - за рациональным использованием непроизводственных энергоресурсов, - расчетов за коммунальные услуги, услуги внешних сервисных служб	обеспечение безопасности: - пожарной, - персонала, - материальных ценностей

Владельцу, как правило, необходимо точно знать и владеть информацией, как использовать имеющиеся в его распоряжении объекты для получения максимальной отдачи при минимальных издержках на их эксплуатацию и содержание.

Одним из путей снижения затрат является эффективная эксплуатация имеющихся в распоряжении предприятия зданий и сооружений. Однако, в настоящее время, управление большинством этих объектов состоит из многочисленного количества разных договоров в области коммунальных услуг, аренды, услуг связи, обеспечения безопасности и т.д. Сопровождение и ведение этих договоров закреплено за различными структурными подразделениями, что ведет к необоснованному росту эксплуатационных затрат, так как функционально структурные подразделения зачастую не связаны между собой и могут дублировать друг друга. Отсюда следует, что значительный потенциал снижения затрат на содержание и эксплуатацию находится непосредственно в самом объекте.

В заключение хочется отметить, что на отечественном рынке труда в целях функционирования сервисных служб как единого комплекса требуется появления специалистов по управлению всей инженерной и социальной инфраструктурой организации. Такими специалистами в развитых странах являются фасилити менеджеры.

#### Список литературы

1. Управление недвижимостью [Электронный ресурс]. – Режим доступа. –URL: <http://fortexgroup.ru/management> (дата обращения: 16.06.2015).
2. Фатхутдинов Р.А. Стратегический маркетинг: учебник для вузов / Р.А. Фатхутдинов. - 4-е изд. – СПб.: Питер, 2006. – 448 с.
3. Каспирович О. Фасилити менеджмент. Обслуживание и эксплуатация коммерческой недвижимости // Журнал «Магазин Ресторан Отель». – 2008. - № 5-6 (83).

## ПОВЫШЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ УСТОЙЧИВОСТИ БЮДЖЕТНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ

**Полина Н.А.**

Нижегородский институт менеджмента и бизнеса, г.Н.Новгород

В современных условиях обострилась проблема обеспечения экономической устойчивости лечебного учреждения. При переходе на одноканальное финансирование из средств ОМС возросло значение платных медицинских услуг, т.е. развития деятельности приносящей доход. Финансовое обеспечение экономической устойчивости учреждения необходимо для предоставления населению качественной медицинской помощи.

Для достижения экономической устойчивости необходимо решать важнейшие для учреждения проблемы: ликвидировать убыточность и обеспечить прибыльность, стабильную рентабельную работу, чтобы учреждение не только покрывало свои расходы доходами, но и было рентабельным, т.е. получало прибыль.

Величина прибыли, уровень рентабельности зависят от того, как организован процесс оказания медицинской помощи населению, наличия квалифицированного персонала, оснащенности современным оборудованием, медикаментами, инструментарием, комфортными палатами и прочими составляющими лечебного процесса, влияющими на качество оказываемых медицинских услуг. Рентабельность комплексно отражает использование материальных, трудовых и денежных ресурсов.

Выделенных субсидий из бюджетов на выполнение государственных заданий бюджетным учреждениям не всегда хватает на покрытие таких расходов как: на приобретение оборудования, капитальный ремонт и прочие цели. Лечебные учреждения поставлены перед необходимостью зарабатывать средства в системе обязательного медицинского страхования и оказывать платные медицинские услуги. Учреждение становится материально заинтересованным в увеличении количества пролеченных больных, застрахованных в системе ОМС, а также в увеличении объема медицинской помощи населению на платной основе. С развитием платной медицинской помощи возрастает значение таких экономических показателей как прибыль, рентабельность, определение порога безубыточности.

Определение порога безубыточности основывается на сопоставлении объемов общей прибыли от медицинской деятельности стационара с суммарной величиной постоянных и переменных затрат. В случае равенства этих показателей можно говорить о пороге рентабельности (или о «точке самоокупаемости»). Однако ситуация нулевой прибыли не может обеспечить развитие медицинской помощи, разработку и внедрение новых технологий, поскольку отражает только компенсацию себестоимости медицинских услуг. Развитие медицинского учреждения возможно только на основе формирования цены медицинских услуг (тарифов), в которую заложена прибыль.

Одним из основных финансово-экономических показателей деятельности, приносящей доход медицинскому учреждению, является показатель рентабельности. Показатели рентабельности более полно, чем прибыль, характеризуют окончательные результаты хозяйствования, потому что их величина показывает соотношение эффекта с наличными или использованными ресурсами. Показатели рентабельности применяют и для оценки деятельности и как инструмент ценообразования.

Рентабельность деятельности рассчитывается путем отношения балансовой или чистой прибыли (превышение доходов над расходами) к сумме затрат на медицинские услуги. Рентабельность может рассчитываться в целом по учреждению, отдельным его подразделениям и видам услуг.

Проанализируем рентабельность городской клинической больницы по двум направлениям деятельности: лечение застрахованных больных в системе ОМС и предоставление платных медицинских услуг населению (табл.). Более низкий показатель имеет рентабельность лечения застрахованных больных в системе ОМС. Это подтверждается Программой государственных гарантий населению Нижегородской области оказания бесплатной медицинской помощи в системе обязательного медицинского страхования.

Таблица 1

Расчет рентабельности по Городской клинической больнице г. Н.Новгорода за 2012-2013 гг.

Наименование источника финансирования	Доходы млн. руб.		Расходы млн. руб.		Превышение доходов над расходами		Рентабельность		Рентабельность продаж	
	2012 г.	2013г.	2012 г.	2013 г.	2012г. (гр.2- гр.4-	2013г. . (гр.3-	2012 г. (гр.6/г р.4*10	2013 г. (гр.7/г р.5*10	2012 г. (гр.6/гр 2*100)	2013 г. (гр.7/гр .3*100)

						гр.5)	0)	0)		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
ОМС	322,7	305,9	315,8	306,2	6,9	-0,3	2,18	-0,1		
Платные	68,6	77,2	63,3	67,5	5,3	9,7	8,37	14,37	8,31	12,56
Итого	391,3	383,1	379,1	373,7	12,2	9,4	10,5	14,27	8,31	12,56

Так, в 2012 г. рентабельность составляла 2,18 % по медицинским услугам, оплаченным по системе ОМС. А в 2013 г. больница получила отрицательный результат - 0,1 %.

Показатели рентабельности предоставления платных медицинских услуг населению являются наиболее подверженными воздействию и контролю со стороны учреждения, поскольку закладывается определенный процент рентабельности в каждой услуге. Уровень рентабельности платных медицинских услуг, зависит от трех основных факторов: структуры предоставляемых услуг, их себестоимости и средних цен реализации. В 2012 г. этот показатель составлял 8,37 %, а в 2013 г. 14,37 %. Повышение данного показателя вполне объяснимо. Объем оказанной медицинской помощи на платной основе может оказывать положительное и отрицательное влияние на сумму прибыли. Увеличение доли более рентабельных видов услуг в общем объеме их реализации приводит к пропорциональному увеличению прибыли, если же услуга является менее рентабельной, то при увеличении объема продаж происходит уменьшение суммы прибыли.

Закладывая в цену услуги процент рентабельности, необходимо учесть спрос на данную медицинскую услугу. Спрос на медицинские услуги находится в прямой зависимости от качества предоставления медицинской помощи, от рекламной информативности об услугах, которая должна быть доступна пациенту, и проводиться в различных формах. Величина цены на медицинскую услугу должна быть доступной по финансовым возможностям пациента и в процессе ее продажи она может снижаться или повышаться; это необходимо учитывать в каждом конкретном случае и в каждом конкретном медицинском учреждении. Таким образом, проведенный анализ показывает, что качество и цена услуги связаны напрямую. Чем выше качество оказываемых медицинских услуг, тем будет выше цена.

Применительно к платным медицинским услугам можно также рассчитать рентабельность продаж путем деления прибыли от реализации продукции, работ и услуг или чистой прибыли на сумму полученной выручки. Данный показатель будет характеризовать эффективность деятельности, приносящей доход, и показывать, сколько прибыли получит учреждение с 1 руб. продаж. В 2012 г. рентабельность продаж составила 8,31 %, а в 2013 г. 12,56 %. Рост показателя вызван тем, что доходы учреждения в 2013 году значительно превышают расходы в сравнении с 2012 г., что характеризует более четкую организацию лечебного процесса и рациональное расходование денежных средств в учреждении. Произошло увеличение показателей рентабельности платных медицинских услуг, как по издержкам, так и по продажам в 2013 г. в сравнении с 2012 г.

В условиях рыночных отношений лечебные учреждения должны стремиться, если не к получению максимальной прибыли, то, по крайней мере, к такому объёму прибыли, который бы позволил не только прочно удерживать свои позиции на рынке медицинских услуг, но и обеспечивать динамичное развитие учреждения в условиях конкуренции. Поэтому так велика роль показателей рентабельности услуг, характеризующих уровень прибыльности (убыточности) их реализации. Показатели рентабельности - это важнейшие характеристики фактической среды формирования прибыли и дохода. По этой причине они являются обязательными элементами сравнительного анализа и оценки финансового состояния учреждения.

Таким образом, основным направлением деятельности учреждений в сложившихся условиях остается увеличение доходов от реализации медицинской помощи застрахованным в системе ОМС и от оказания платных медицинских услуг населению. Инструментами в достижении этого являются поддержание высокого уровня спроса на медицинские услуги, увеличения количества платных услуг и пролеченных больных, освоение высокотехнологичных видов медицинской помощи, которые позволяют повысить финансово-экономическую устойчивость бюджетного учреждения здравоохранения.

#### Список литературы

1. Кораблев, В.Н. Методика экономического анализа в учреждениях здравоохранения стационарного типа /В.Н. Кораблев// Экономика здравоохранения.-2002. № 11. С.17-20
2. Кадыров, Ф.Н. Экономические методы оценки эффективности деятельности медицинских учреждений/ Ф.Н. Кадыров.-М.:ИД «Менеджер здравоохранения», 2007 .-458 с.

3. Разумовский, А.В. Финансовое состояние лечебного учреждения и его анализ/ А.В. Разумовский, Н.А. Полина //Экономика здравоохранения.-2011. № 3. С.43-45.
4. Разумовский, А.В. Оценка финансового состояния крупного лечебно-профилактического учреждения /А.В. Разумовский, Н.А. Полина, Н.И. Васина// Экономика здравоохранения.-2006. № 6. С.15-17.
5. Шамшурина, Н.Г. Анализ экономической эффективности деятельности городской клинической больницы / Н.Г. Шамшурина.- Здравоохранение.- 2015. № 3 С.52-60

## РОЛЬ ИННОВАЦИЙ В РАЗВИТИИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПОТЕНЦИАЛА

Девяткин А.Г.

аспирант Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского (г.Нижний Новгород)

В современных рыночных условиях и в связи с политической ситуацией в мире (введением санкций против нашей страны) с российского рынка исчезло большинство зарубежных товаров, отечественные товаропроизводители вступили эру импортозамещения. Как показывает практика, эту конкуренцию выдержит тот, кто строит свою деятельность преимущественно на основе инновационного подхода и главной целью ставит разработку новых видов продукции. Именно внедрение инноваций на производство является решающим фактором успешной производственной деятельности любого предприятия.

Развитие инноваций в промышленности предполагает восстановление конкурентоспособности продукции на внутреннем рынке. В отличие от этого рост экспортноориентированного производства базируется на внешнеэкономической торговой экспансии на рынки других стран. Общим условием является повышение конкурентоспособности продукции в области цены и качества до уровня требований конкретного рынка.

В связи с тем, что под веденные санкции попали и технологии и научный обмен и сотрудничество, промышленные предприятия также пришли к пониманию необходимости осуществления инновационной деятельности. Внедрение инноваций все больше рассматривается ими как один из самых главных способов повышения независимости и конкурентоспособности производимой продукции, поддержания высоких темпов развития и уровня доходности. Поэтому предприятия начали своими силами вести разработки в области технологических инноваций.

Проведенный анализ промышленности России, свидетельствует, о том, что на протяжении последних четырех кварталов выпуск обрабатывающих производств находится на стабильном уровне относительно 2011 года (+7,5% г/г), хотя и с заметными колебаниями (Рисунок 1).



Рис.1. Выпуск обрабатывающих производств [2]

В сентябре был отмечен рост обрабатывающих производств, во многом это связано с квартальным завершением проектов, весомых для расчета индекса. Это касается и транспортного машиностроения, и производств, динамика которых не раскрывается публично, но которые незримо присутствуют в общих

показателях, — в первую очередь, производства вооружения. Очевидно, что это отражается на динамике машиностроения и промышленности в целом [2].

Таким образом, ускорения в значительной степени имеет статистическую природу. Рост обрабатывающих производств находится на уровне, сформировавшемся в IV квартале 2013 года (+7,5% к тому же кварталу 2011-го) [1]. Сокращение выпуска большинства машиностроительных производств, производств легкой промышленности компенсируется ростом добычи и переработки углеводородов. Признаки роста российской промышленности за счет замещения импорта точечные, что свидетельствует о низком уровне внедрения инноваций в производство и промышленность [2].

Инновации в данном случае должны выступать в качестве катализатора производства для получения новой продукции. Причем, чем больше число предприятий применяет инновации в своем производстве, тем выше потери тех предприятий, которые ее не применяют. Более того, чем раньше предприятие начнет вести инновационную деятельность, тем быстрее (и дешевле) оно сможет догнать лидеров. Инновации сегодня — это необходимое условие выживания, сохранения конкурентоспособности и дальнейшего процветания предприятия [4].

Стоит отметить, что зарубежные компании вкладывают большое количество средств в инновационную деятельность, которая дает хороший экономический эффект, особенно из-за повышения степени конкурентоспособности их продукции. Внедрение инноваций же в России либо тормозится, либо вовсе, игнорируется предприятиями, этот процесс идет гораздо медленнее, чем это необходимо для развития экономике страны и импортозамещения товаров и технологий. Обновление производства промышленных предприятий осуществляется неравномерно. Инвестирование инновационной деятельности в России остается на достаточно низком уровне.

Многие предприятия имеют разработки, отличающиеся применением эффективных технологий и позволяющие выпускать продукцию на уровне мировых стандартов. Однако достижение существенных результатов в развитии инновационной сферы среди широкого круга предприятий в ближайшее время представляется проблематичным [4]. Причин этому несколько:

1) к сожалению «философия» российского предпринимательства такова, а именно ориентировано на сиюминутное обогащение, и вложение в бизнес, где доходность будет не менее 150%. Предприятия ориентируются главным образом на краткосрочные результаты деятельности, пренебрегая при этом среднесрочными и долгосрочными результатами;

2) неэффективность использования ресурсов, несбалансированность инвестиционной политики предприятия, приводящей к непродуманной финансовой и амортизационной политике;

3) серьезным препятствием для организации инновационных процессов на промышленных предприятиях являются высокие затраты на финансирование процесса обновления. В современных кризисных условиях банкиры неохотно идут на кредитование юридических лиц, либо кредиты становятся не подъемными.

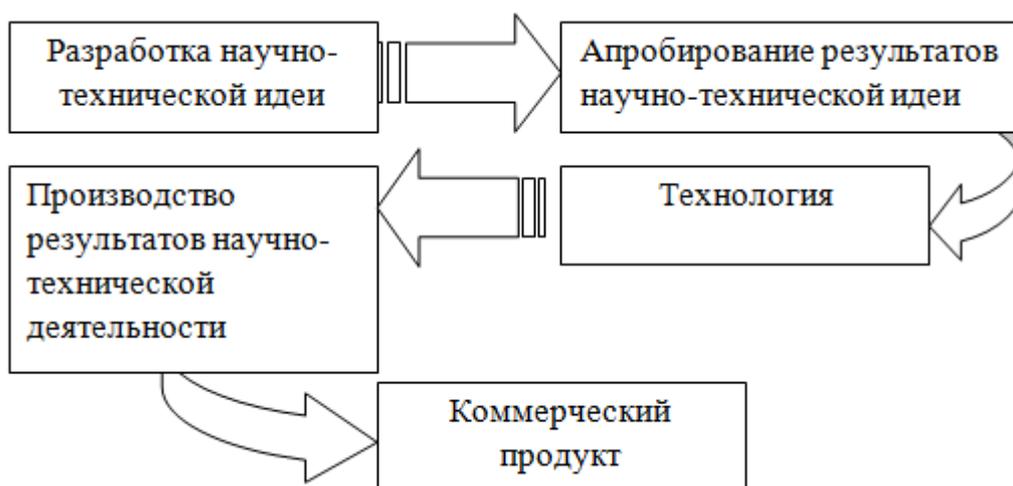


Рис.2. Инновационная деятельности [3]

Выбор конкретного направления инновационного развития предприятия проводится на основе результатов анализа и оценки технико-организационного уровня производства. Каждая инновация, прежде чем

выйти на рынок, должна доказать свою конкурентоспособность в ходе испытаний, демонстрационных или опытных образцов продукции, получить «признание» на внутреннем рынке, а вслед за тем получить признание на мировом рынке (Рисунок 2).

По нашему глубокому убеждению, не следует от России ожидать быстрых преобразования из сырьевой державы в инновационную. Как показывает мировой опыт это происходит только тогда, когда в стране недостаточно сырьевых ресурсов и нет основного, «львиного» дохода бюджета, такого например как нефть, но есть стремление и научно-технический потенциал (например, Сингапур и Япония). Пока в России велики запасы нефти, газа и руд, а в не далёкой перспективе, в российскую экономику будут вовлечены дополнительные сельскохозяйственные ресурсы - земля и вода, то практическая реализация приоритетов промышленной и научно-технической политики существенно увеличит инновационный элемент в сырьевом и промышленном секторах российской экономики.

#### Список литературы

1. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики РФ. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://gks.ru/>.- дата обращения 18.08.2015 г.
2. Березинская О. Российская промышленность: началось ли импортозамещение.- <http://www.forbes.ru/mneniya-column/gosplan/271665-rossiiskaya-promyshlennost-nachalos-li-importozameshchenie> [дата обращения 17.06.2015]
3. Девяткин А.Г. Современное понятие инноваций и инновационной деятельности/ Теоретические и практические проблемы развития современной науки: сборник материалов 7-й международной науч.-практ. конф.- Махачкала.- 2015 — С. 46-49
4. Маслова И.Ю. Роль инноваций в развитии промышленного предприятия.- [http://www.unn.ru/pages/vestniki\\_journals/99990193\\_West\\_econ\\_finans\\_2005\\_1\(7\)/53.pdf](http://www.unn.ru/pages/vestniki_journals/99990193_West_econ_finans_2005_1(7)/53.pdf) [дата обращения 18.06.2015]

## СОСТОЯНИЕ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА ТАЙМЫРСКОГО ДОЛГАНО-НЕНЕЦКОГО МУНИЦИПАЛЬНОГО РАЙОНА

**Белоносов Д.С.**

ФГБНУ НИИ сельского хозяйства и экологии Арктики, г.Норильск

Северные и арктические территории находятся в сфере стратегических интересов России и играют ключевую роль в ее экономике. Здесь сосредоточены основные запасы полезных ископаемых, которые насчитывают более 60 наименований и составляют 80% всех разведанных запасов полезных ископаемых. Особенностью хозяйственного уклада этого региона является наличие традиционных отраслей, которые на протяжении столетий были основой экономики и до настоящего времени сохранили свою архаичность [1].

Таймырский Долгано-Ненецкий муниципальный район (далее – муниципальный район), является административно-территориальной единицей с особым статусом в северной части Красноярского края, занимает территорию полуострова Таймыр. Площадь муниципального района во внешних границах составляет 879,9 тыс. кв. км - 37,6% территории Красноярского края.

На территории данного района расположены 27 населенных пунктов. Центр муниципального района – город Дудинка, который является морским и речным портом.

Численность постоянного населения муниципального района по состоянию на 01.01.2014 составила 33 861 человек. Численность коренных малочисленных народов Севера по результатам Всероссийской переписи населения 2010 составила 10 132 человека или 29,5% от общей численности населения по состоянию на 01.01.2011, из них: долганы - 5 393 человека, ненцы - 3 494 человека, нганасаны - 747 человек, эвенки - 266 человек, энцы - 204 человека, кеты - 19 человек, селькупы - 9 человек. Плотность населения муниципального района составила 0,04 человека на 1 кв. км.

Основными видами деятельности сельских и промысловых хозяйств на территории муниципального района являются оленеводство, рыболовство и охотничий промысел, которые относятся к традиционным видам хозяйственной деятельности коренных малочисленных народов Севера.

Домашним северным оленеводством занимаются на территории сельских поселений Хатанга, Караул и городского поселения Дудинка (Табл.1). По состоянию на 01.01.2015 поголовье оленей составило 103 404 голов, что на 8,41% больше уровня прошлого года (95 379 голов) [2].

Таблица 1

Поголовье северных оленей в разрезе сельскохозяйственных товаропроизводителей муниципального района

п/п	Наименование организации	На 01.01.2014 (голов)	На 01.01.2015 (голов)
	ОСПК «Яра-Танама»	44613	48899
	ОСПК «Сузун»	28451	28535
	СОППК «Тундровик»	6752	6834
	ИП – глава КФХ Илькив Л.Б.	11846	12247
	ИП – глава КФХ Сабельфельд Е.В.	1280	1286
	ИП – глава КФХ Щукин Г.К.	1092	1324
	ИП – глава КФХ Хлудеев Д.В.	1345	785
	ИП – глава КФХ Ядне Г.А.	0	2264
	ИП – глава КФХ Никифоров П.Т.	0	1230
	Итого по району	95379	103404

Кроме того, на территории муниципального района развивается свиноводство. По состоянию на 01.01.2015 поголовье свиней составило 222 головы, что на 5,71% больше уровня прошлого года (210 голов).

По состоянию на 01.01.2015 на территории муниципального района осуществляют хозяйственную деятельность 260 сельскохозяйственных и промысловых организаций различных организационно-правовых форм и форм собственности, индивидуальных предпринимателей и хозяйств населения, что соответствует уровню прошлого года (260 единиц) [3].

На основе вышеуказанных данных можно сделать промежуточный вывод о том, что состояние сельскохозяйственных товаропроизводителей Таймырского муниципального района по отношению к предыдущему году остается стабильным, о чем также свидетельствуют данные структуры сельскохозяйственных организаций (Табл.2).

Таблица 2

Структура сельскохозяйственных организаций муниципального района

Наименование организаций	Структура, %	
	2013 год	2014 год
Крестьянские (фермерские) хозяйства	16,9	16,9
Промысловые семейно-родовые хозяйства	5,0	5,0
Общества с ограниченной ответственностью	8,5	8,5
Общины коренных малочисленных народов Севера	19,6	19,6
Сельскохозяйственные производственные кооперативы (артели)	5,8	5,8
Сельскохозяйственные потребительские кооперативы	3,1	3,1
Индивидуальные предприниматели	40,4	40,4
Хозяйства населения	0,7	0,7
Всего по муниципальному району	100,0	100,0

По состоянию на 01.01.2015, как и на аналогичную дату прошлого года, наибольшую долю в общем количестве сельскохозяйственных организаций занимали индивидуальные предприниматели – 40,4%, общины коренных малочисленных народов Севера – 19,6%. Данные показатели свидетельствуют о том, что развитие агропромышленного комплекса района во многом зависит от деятельности этих категорий.

По состоянию на 01.01.2015 в Реестр субъектов агропромышленного комплекса Красноярского края включены 15 сельскохозяйственных товаропроизводителей муниципального района [4]. Данные

товаропроизводители предоставляют отчеты в Министерство сельского хозяйства и продовольственной политики Красноярского края. В отчетном году показатель на 5 единиц больше уровня прошлого года (10 единиц):

- 3 сельскохозяйственных производственных кооператива:
  - в сельском поселении Караул – «Сузун», «Яра-Танама»;
  - в сельском поселении Хатанга – «Тундровик»;
- 1 сельскохозяйственный потребительский кооператив:
  - в сельском поселении Хатанга – «Катырык»;
- 1 индивидуальный предприниматель:
  - в городе Дудинке – Фученко Н.М;
- 10 индивидуальных предпринимателей – глав крестьянских (фермерских) хозяйств:
  - в городе Дудинке – Хлудеев Д.В., Провоторов Р.Л., Поротова А.И.;
  - в сельском поселении Караул – Сабельфельд Е.В., Илькив Л.Б., Щукин Г.К., Ядне Г.А., Никифоров П.Т., Тэседо В.Ю., Цыганкова В.А.

В целях осуществления поддержки сельскохозяйственных товаропроизводителей, ведущих традиционный образ жизни и традиционные виды хозяйственной деятельности малочисленных народов Севера, на территории муниципального района были предоставлены субсидии:

- на компенсацию части затрат по наращиванию поголовья северных оленей по ставке 260 рублей за 1 голову - общий объем выплаченных субсидий составил 24 798,54 тыс. рублей (сельскохозяйственным товаропроизводителям, занимающимся разведением домашних северных оленей: ОСПК «Сузун», ОСПК «Яра-Танама», СОППК «Тундровик», ИП – Глава К(Ф)Х Илькив Л.Б., ИП – Глава К(Ф)Х Хлудееву Д.В, ИП – Глава К(Ф)Х Сабельфельду Е.В., ИП – Глава К(Ф)Х Щукину Г.К.).

- на производство и реализацию продукции свиноводства и мяса свиней и мясопродуктов по ставке 18,00 тыс. рублей за 1 тонну – общий объем выплаченных субсидий составил 529,2 тыс. рублей (субсидия предоставлена ИП Фученко Н.М. на компенсацию части затрат на производство и реализацию продукции свиноводства, мяса свиней и мясопродуктов в объеме 29,4 тн живого веса).

Проведенный анализ позволяет сделать вывод о том, что для поддержания стабильного состояния и дальнейшего развития агропромышленного комплекса Таймырского Долгано-Ненецкого муниципального района, необходимо уделять внимание вопросам реализации мероприятий Государственной программы Красноярского края «Развитие сельского хозяйства и регулирование рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия в Красноярском крае на 2014-2020 годы».

#### Список литературы

1. А.И. Татаркин, В.Г. Логинов, Оценка природно-ресурсного и производственного потенциала северных и арктических районов: состояние и перспективы использования / Проблемы прогнозирования. – М., 2015. - № 1 (148). – С. 33 – 44. (С. 33).
2. Данные Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Красноярскому краю.
3. Данным Управления по делам коренных малочисленных народов Таймыра и вопросам сельского и промыслового хозяйства Администрации муниципального района.
4. Реестр субъектов агропромышленного комплекса Красноярского края включены действующие сельскохозяйственные товаропроизводители, осуществляющие деятельность на территории муниципального района и предоставляющие отчеты в Министерство сельского хозяйства и продовольственной политики Красноярского края.

# ТЕЛЕВИЗИОННОЕ ПРОДЮСИРОВАНИЕ КАК КЛЮЧЕВОЙ ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТЕЛЕКОМПАНИЙ

**Ливсон М.В.**

Московский государственный университет печати имени Ивана Федорова

Телевидение в настоящее время является наиболее массовым средством информации. Поэтому задача телекомпаний сводится к удовлетворению потребностей в телевизионном контенте большой аудитории.

Следует отметить, что будущее телевидения за персонализированным контентом, то есть предоставление сегментированных каналов и форматов. Но это не отрицает существования универсальных каналов, которые, скорее всего, останутся в эфире, но в значительно меньшем количестве.

Телеиндустрия включает в себя разные типы предприятий, среди которых выделяются две значительные группы – вещательные компании, т.е. распространяющие телесигнал, и продюсерские, т.е. производящие телепрограммы. Наиболее крупные предприятия телевизионной индустрии – телесети в США, национальные и региональные телекомпании в странах Западной Европы – в своей деятельности интегрируют оба направления, а именно производство программ и их распространение.

С учетом постоянно увеличивающегося потребительского спроса на телевизионный контент повышается необходимость внедрения новых телевизионных проектов. Что, в свою очередь, предоставляет широкое поле для деятельности продюсеров.

Несмотря на явную узкую направленность в последнее время некоторых специальностей, спектр деятельности продюсеров, особенно на телевидении, все более расширяется. Это финансы и маркетинг, творческие и технические составляющие производства, — от оригинальной или заимствованной идеи, написания сценария, разработки проекта, анализа в аспекте актуальности, оригинальности и возможности дальнейшего продвижения до выхода в эфир. Это умение общаться и привлекать партнеров, инвесторов, сценаристов, режиссеров, операторов, редакторов, ассистентов, менеджеров.

Итак, продюсер — человек, отвечающий за проект в целом (разовая или цикловая программа, телевизионный фильм, канал).

Особенности сферы деятельности продюсеров различного уровня целесообразно представить в виде таблицы (Табл.1):

Таблица 1

Особенности сферы деятельности продюсеров различного уровня

Уровни продюсерской деятельности	Сфера деятельности
Генеральный продюсер канала	Работает над проектом с момента приобретения и разработки идеи до готового продукта, выходящего на рынок уже в качестве товара. Является руководителем, совмещающим функции главного редактора и главного режиссера. Помимо подбора сценаристов, режиссеров, операторов, актеров и других участников проекта, отвечает за финансовые, организационные и технические вопросы производства. Подбор актеров помогает вести кастинг-директор (casting director), специалист по актерам, имеющий свою картотеку и организующий пробы. Окончательный выбор актеров — за продюсером и режиссером.
Исполнительный продюсер	Подчиняется генеральному продюсеру. Занимается поиском инвестиций, формирует группу и заключает контракты. Составляет и контролирует бюджет проекта. В случае большого объема работы приглашаются сопродюсеры. Сопродюсер ведет различные направления по поручению продюсера, как творческие, так и административные. Это может быть и поиск мест съемок, и составление графиков работы. Поиском объектов для съемок может заниматься и отдельный человек, именуемый локейшн-менеджер (location-scout) или

		полевой продюсер. В его обязанности также входит получение соответствующих разрешений и заключение договоров на проведение съемок.
	Креативный продюсер	Отвечает за творческий процесс в рамках проекта, а также за соблюдение стилистического смыслового решения проекта, за образ проекта.
	Продюсер сегмента	Отвечает за определенную часть передачи и продюсирует свою часть проекта.
	Продюсер постпродакшен (технический продюсер)	Отвечает за все этапы работы, связанные с монтажом, озвучением, и следит за сроками их исполнения согласно плану, заключением договоров аренды аппаратуры.
	Продюсер спецпроектов	Продюсеры, работающие по конкретной тематике.
	Шоуранер (англ. Showrunner). Термин используется в США	Выполняет функции художественного руководителя программы или просто руководителя программы. Он отвечает за креативное направление проекта, генератор идей. Эти функции может выполнять также шеф-редактор проекта.
	Продюсер дирекций информационных программ	Отвечает за планирование новостных программ, принимает решение о контенте выпуска, и определяют порядок следования фрагментов, которые смогут лучше удержать внимание зрителей. Он играет важную роль в определении того, как использовать фрагменты видео и интервью, сколько времени будет отведено на тот или иной сюжет и в каком порядке.

В условиях жесткой конкуренции среди телеканалов возрастает роль повышения эффективности продюсерской деятельности.

Специалисты в области продюсерской деятельности [2,3] выделяют следующие основные предпосылки ее оптимизации:

- научно-технический прогресс, определяющий новые формы индивидуальных средств телепросмотра. Речь здесь идет о внедрении новых устройств и усовершенствовании характеристик уже существующих (смартфоны и планшетные компьютеры, телевизоры и игровые приставки, интегрированные в сеть интернет и т.д.) и трансляции (потокное вещание и различные вариации видео по запросу;

- зрительские предпочтения, диктующие требования к разнообразию телевизионного контента, а также к новизне и оригинальности производимого материала;

- совершенствование производственных процессов, которые напрямую зависят от специфики деятельности субъекта продюсирования (производство телевизионного контента или трансляция).

В современных высокотехнологичных условиях возрастает роль применения инновационных технологий для эффективного функционирования телекомпаний.

Инновационное развитие продюсерских организаций, осуществляющих создание телевизионного контента, связано с поиском и внедрением в процесс производства прогрессивных технических средств, существенным образом снижающих себестоимость продукции. Следует отметить, что существенным конкурентным преимуществом в борьбе за снижение производственных издержек является наличие собственной производственной базы [1].

Телекомпаниям, транслирующим телевизионные передачи, инновационное оборудование необходимо для диверсификации способов доставки телеконтента до потребителя. При этом необходимо учитывать технические возможности приема сигнала пользователями. Транслирующее и принимающее оборудование должно автоматически определять тип контента и пропускать большее количество бит той или иной информации в ограниченном канале связи. Таким образом, инновационная деятельность трансляторов и ретрансляторов телевизионного сигнала должна включать в себя совершенствование программного обеспечения для решения поставленной задачи.

В заключение важно отметить, что на современном этапе важнейшей стратегией продюсеров в борьбе за расширение аудитории является развитие новых рынков сбыта, что тесно связано с результатами научно-технического прогресса в области индивидуального потребления телеконтента.

### Список литературы

1. Евменов А.Д. Данилов П.В. Какосьян Э.К. Исследование систем продюсирования кинопроизводства. – СПб.: СПбГУКиТ, 2011.
2. Келлисон К. Продюсирование на телевидении Практический подход. – Минск: Гревцов Паблицер, 2008.
3. Тютрюмов А.А. Пути повышения экономической эффективности телевизионного продюсирования. // «Российское предпринимательство» № 20 (218), 2012. [Электронный ресурс]. Режим доступа <http://old.creativeconomy.ru/articles/25396/> Дата обращения 29.06.2015.

## ЭФФЕКТИВНОСТЬ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ВЛАСТИ И БИЗНЕСА В ОТНОШЕНИЯХ СОБСТВЕННОСТИ

**Козырев В.В.**

Государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования Московской области  
Международный Университет природы, общества и человека «Дубна»

Аннотация: В статье рассмотрены вопросы управления собственностью. Приведены пути повышения эффективности управления собственностью. Рассмотрены возможности повышения эффективного управления при переориентации на корпоративное управление.

Ключевые слова: собственность, отношения собственности, корпоративное управление.

Состояние экономики современной России находится на очень низком уровне. Имея по сравнению с другими странами большие запасы ресурсов, по уровню жизни мы занимаем далеко не лидирующие позиции. Колоссальная разница в доходах населения, демографический кризис, эмиграция молодых и подготовленных специалистов в поисках лучших условий, развитая коррупция и бюрократия, масштабные девиации – все это характеризует Россию за последние 25 лет. Что же стоит за таким положением дел в стране? Однозначно отношения собственности. По мнению различных представителей научных течений и школ отношения собственности определяют общественный строй. От того насколько правильно выстроены эти отношения зависит развитие или упадок общества.

Сегодня под понятием собственности большинство специалистов понимают сложную систему базовых социально-экономических отношений. Но полностью понять сущность собственности, возможно только изучив историческую, философскую, экономическую и юридическую литературу.

Вопросы собственности в своих трудах затрагивали такие философы как Дж. Локк в работе «Два трактата о правлении», в ней он пытался ответить на вопрос о происхождении собственности «Каким образом у людей могла оказаться собственность на отдельные части того, что бог отдал всему человечеству?»[3,с.276]. Г. Гегель выделяет в своих трудах «владение собственностью», как один из составляющих элементов собственности и указывает на три основных аспекта системы частной собственности: вступление во владение, потребление, отчуждение [1,с.79].

Собственность - система отношений между людьми по поводу принадлежности средств и результатов производства. Отношения собственности характеризуют условия распоряжения и использования факторов производства; определяют цель производства. Отношения собственности включают в себя пользование, владение и распоряжение объектами собственности и оформляются соответствующими нормами права.

К. Маркс в своих трудах рассматривал категорию собственности с иной стороны – «отношения собственности». В частности, он сделал вывод, что собственность, по сути своей, общеэкономическое явление, присутствующее на всех исторических ступенях общественного развития.[2,с.178]

Отношения собственности – отношения между людьми, организациями, вытекающие из прав на объекты собственности, связанные с использованием собственности, переходом собственности из одних рук в другие, дежом собственности, возникновением новых прав собственности.[4,с.8]

Прежде чем говорить об эффективности управления необходимо разобраться что из себя представляет управление.

Управление в общем, философском смысле – это способность биологических и социальных систем посредством накопления, преобразования и передачи информации, направлять и корректировать разнообразие проявления их (т.е. систем) внутренней и внешней активности. [5, с.66]

Управление отношениями собственности – как текущее управление отношением собственности, так и стратегическое преобразование структуры собственности в корпорации, направление на её оптимизацию в смысле поставленных целей и проводимые в рамках корпоративной стратегии в отношениях собственности.[6,с.87]

Для полноценного и эффективного управления собственностью нужно определить по каким критериям их стоит оценивать.

Критерии эффективного управления собственностью со стороны власти и бизнеса можно разделить на две общие группы:

- 1) Экономические
- 2) Социальные

К результатам экономической эффективности можно отнести увеличение бюджета, развитие бизнес среды, создание новых рабочих мест, рост благосостояния населения проживающего на данной территории.

К социальным относятся: улучшение качества жизни населения.

Основными проблемами эффективности данного взаимодействия в настоящее время являются «братские» отношения представителей органов власти и бизнес структур. Такой вид взаимоотношений был характерен для России в 90-х годах, когда бизнес активно приватизировал государственную и муниципальную собственность, а власть получала финансовую поддержку, и голоса на выборах. В настоящее же время происходит не такое явное и агрессивное обогащение и тех и других.

Преимущества бизнеса при такой близости к власти являются:

- Получение государственных заказов, возможности выкупа объектов недвижимости и заключения договоров аренды с нарушением конкурсных и конкурентных условий;
- Использование государственных ресурсов для успешного развития своего бизнеса;
- Создание условий для обремененной реализации своего товара через давление органов власти;
- Заблаговременное информирование о грядущих проверках и изменениях;
- Устранение конкурентов через давление органов власти и правоохранительных органов;
- Предоставление налоговых и других льгот.

Решением данной проблемы является трансформация этих отношений в «социально-партнерские».

Принцип социально-партнерских отношений заключается в оптимальном взаимодействии с учетом интересов сторон и населения проживающего на данной территории. Это возможно только при создании полностью открытых и контролируемых взаимодействиях власти и бизнеса, а так же с помощью тщательно проработанных и серьезно карательных нормативно-правовых актов и законах.

Еще одним из вариантов эффективного управления собственностью может быть привлечение бизнеса вместо уплаты налогов к содержанию и обслуживанию вопросов, в настоящее время относящихся к компетенции органов местного самоуправления.

Можно выделить основные направления, к которым можно было бы привлечь бизнес:

- Создание, содержание и обслуживание транспортной инфраструктуры;
- Организация строительства, содержания и обслуживания муниципального жилого фонда;
- Содержание и обслуживание объектов социального значения;
- Проведение мероприятий по формированию здорового образа жизни, культурно-досугового характера;
- Развитие и реконструкция объектов коммунального хозяйства.

Но в условиях развивающегося мира необходимо рассматривать эффективность взаимодействия как систему функционирования в «треугольнике»:



Отсюда вытекает новый вариант повышения эффективности управления собственностью является внедрение корпоративного управления.

Корпорация – социальная общность людей как субъекта хозяйствования, построенная на ассоциировании форме собственности, принципах взаимосвязи и взаимответственности членов объединения, вызванных к жизни

общим интересом (получение прибыли, дохода) и обусловленных правом традициями, экономической культурой и нравственностью [6, с. 50]

Корпоративное управление – это управление организационно-правовым оформлением бизнеса, оптимизацией организационных структур, построение внутри и межфирменных отношений компании в соответствии с принятыми целями [7, с. 198].

Результатом данного действия является заинтересованность работников в более эффективном производстве, а как следствие увеличение своего благосостояния. Для предприятия это возможность создать новые производства, что повлечет за собой создание новых рабочих мест. Для территории это же будет являться как социально так и экономической выгодой, т.к. будет увеличена налоговая составляющая бюджета. Появятся дополнительные деньги для развития территории, улучшения инфраструктуры.

Формирование корпоративного стиля управления в России может помочь:

Государству:

- эффективнее контролировать бизнес и делать его социально направленным;
- вовлекать бизнес в государственные социально значимые процессы;
- создавать необходимые на конкретных территориях инновационные и инвестиционные предприятия;
- реанимировать отстающие и нефункционирующие производства, способные удовлетворить внутренние потребности страны, что бы способствовало меньшей зависимости от импортных товаров;

Бизнесу:

- выделение льготных целевых кредитов для переоборудования и модернизации своих производств;
- возможный выход на мировые рынки и наращивание экспорта;
- продуктивное и прозрачное взаимодействие с государственными структурами;

Население:

- больше возможностей для контроля как органов власти, так и бизнес структур в частности своего предприятия;

Основной проблемой внедрения данного стиля управления является менталитет нашего общества, на данном этапе наше население не понимает преимущества этого способа.

Социальная, экономическая обстановка в России определяется совокупностью отрицательных тенденций. Значительные проблемы следствие ошибок управления на разных уровнях. Что бы изменить вектор в правильную сторону, руководству необходимо понять ошибки. А что бы понять, необходимо провести анализ происходящих явлений. Спустя более двадцати лет после всеобщей приватизации в России у наших граждан так и не сформировалось правильное понимание сущности собственности, отсюда и вытекает большинство проблем. Работники множества предприятий до сих пор являются акционерами только номинально, а реальная власть способная влиять на деятельность предприятия находится у узкого круга акционеров.

#### Список литературы

1. Гегель Г. Философия права. Т. VII. М.-Л.: Соцэкгиз, 1934.
2. К. Маркс. Ф. Энгельс. Соч. 2-е изд., Т.2, 21.
3. Локк Дж. Соч. Т.3. М.: Мысль, 1988.
4. Райзбера Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б., Современный экономический словарь – 2-е изд. М.: Инфра-М. 1999
5. Попов В.Д. Законы управления: познание и искусство применения. 2015
6. Хвесюк Н.Г. Корпоративное управление отношениями собственности: социологический анализ. Монография. М.: 2012.
7. Храброва И.А. Корпоративное управление: вопросы интеграции. Аффинированные лица, организационное проектирование, интеграционная динамика. М.: 2000.

### **СЕКЦИЯ №3.**

### **ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.10)**

#### **ИССЛЕДОВАНИЕ АНТИКРИЗИСНЫХ ИНСТРУМЕНТОВ НА УРОВНЕ СУБЪЕКТОВ РФ: МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ**

**Горбов В.А., Анненкова А.А.**

ФГБОУ ВПО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» Орловский филиал, г.Орел

В государствах с высокоразвитой рыночной экономикой набран положительный опыт предупреждения различных типов кризисов и их преодоления с минимальными издержками, как и на уровне предприятий, так и на уровне регионов. В Российской Федерации, экономические, социальные и исторические условия образования кризисных ситуаций, довольно сильно отличаются от развития кризисов в других странах. Но данный факт не изменяет надобности внимательного исследования зарубежного опыта и обдуманного, творческого и интеллектуального подходов к его использованию в процессе управления территориями различных уровней.

В целом мероприятия, проводимые на депрессивных территориях у многих стран схожи. Ключевым является стимулирование производства, бизнеса и повышение занятости в субъектах. Однако одни страны проводят комплексные меры оздоровления всех регионов одновременно, другие же уделяют большее внимание экономически отсталым субъектам для обеспечения их возможностью принимать активное участие в социально-экономическом развитии страны. Территориальная политика предполагает наличие скоординированного политического подхода.

В структурной политике Европейского союза превалирует селективный подход, направленный на стимулирование деятельности конкретных компаний. Он состоит в том, что только частный бизнес может эффективно решать вопросы подъема депрессивных регионов и предприятий, причем не путем строительства крупных промышленных предприятий, а главным образом посредством создания предприятий передовых отраслей.

Главной особенностью экономики Франции является значительный удельный вес государственного сектора в акционерной форме. Акции являются государственными непосредственно либо опосредованно - через финансовые институты. Государственные компании действуют преимущественно в автомобилестроении, авиакосмической, электронной, химической, нефтегазовой промышленности, черной металлургии, т.е. в отраслях имеющих ключевое значение для экономики страны. Отличительной чертой экономики Франции является система государственного регулирования, включая индикативное (договорное) планирование на национальном уровне (например, по договорам концессии)<sup>8</sup>.

Положительное влияние на экономику Японии оказал процесс приватизации неэффективных (в т.ч. неплатежеспособных и банкротов) государственных предприятий, которые даже в лучшие времена не достигали среднего уровня эффективности частного сектора. Уникальным ресурсом японской экономики были и остаются сбережения предприятий и граждан, позволившие осуществить накопление и обновление капитала.

Таким образом, территориальная политика многих стран может служить хорошим опытом и примером в борьбе с кризисом. Кризис, это динамичный процесс и в каждом случае он индивидуален, и антикризисные мероприятия должны также учитывать возможности каждого отдельно взятого субъекта. Раньше территориальные программы были нацелены на привлечение инвесторов в субъекты и в их инфраструктуру, что не принесло желаемого итога, территориальными диспропорции не только остались, но, к сожалению, и усугубились. В России государственная территориальная политика проходила по похожему сценарию. Первоначально приоритет был у инвестиций для инфраструктур, намеревалось, что именно они будут содействовать развитию отстающих субъектов. Были сделаны попытки принять закон о субъектах в депрессивном состоянии и использовать в их отношении специальные меры. Тем не менее, стало ясно, что государство не сможет обеспечить вложения средств во все многочисленные субъекты Российской Федерации находящиеся в кризисной ситуации. В период кризиса 2008-2009 гг. помощь федеральным центром территориям, попавшим в бедственное положение, главным образом состояла лишь в поддержке регионального рынка труда,

---

<sup>8</sup> Хасбулатов О.Р. Региональный аспект макроэкономической политики в странах-членах Евросоюза: институциональная эволюция //Хасбулатов О.Р.// Вестник Российской экономической академии им. Г.В. Плеханова. - 2009 - №5(17). – с 73-74.

что, конечно же, частично решило проблему занятости в краткосрочной перспективе, но в то же время оставило неэффективные производства и не обеспечило должной долгосрочной перспективы.

В настоящее время большинство стран-членов ЕС в качестве основного инструмента региональной политики используют финансовое стимулирование, которое включает в себя - дотации на определенные суммы инвестиций, кредиты, субсидии в связи с созданием рабочих мест и т.п. Данные методы призваны заинтересовать фирмы размещать производство или инвестировать средства в проблемные субъекты. Данные инструменты находят широкое применение практически во всех странах ЕС<sup>9</sup>

Инструментом эффективного управления территорией находящейся в кризисной ситуации может быть комплексная государственная программа развития, в ней должны выявиться актуальные проблемы субъекта, и раскрыться способы их решения и дальнейшей реализации. Предоставленная программа обязана разрабатываться как органами региональной власти, так и местными организациями, территориями-соседями и научным сообществом. Для разработки государственной программы можно соединить субъекты в группы из-за их территориального расположения и на основе схожей проблематики и возможностей выхода из кризиса. Существенной особенностью этой программы должно стать жесткое ограничение по времени. Должны проводиться активные мероприятия по преодолению кризисной ситуации и вывода регионов из депрессивного состояния.

Множество субъектов Российской Федерации не обладают такими комплексными инструментами антикризисного управления, они не используют неотложные меры для обнаружения и избегания надвигающихся кризисов. Отчасти эти проблемы анализируются в региональных стратегиях развития, социально-экономических программах развития территорий, планах федеральных округов. В том виде, в котором в данный момент находятся планы развития территорий, нельзя сделать их эффективным инструментом, так как они не отвечают ряду позиций управления<sup>10</sup>.

В российских условиях наиболее приемлем опыт антикризисной региональной политики в Великобритании, Германии, США, Италии и других странах. В Великобритании социально-экономическая депрессивность наиболее остро проявилась в индустриальных агломерациях, где концентрируются традиционные отрасли - угледобыча, производство стали и текстиля. Примером депрессионного субъекта была Центральная Шотландия. В то же время в каждой стране используется индивидуальная система мер по оздоровлению экономики и подъему социального развития. В Великобритании были разработаны мягкие, косвенные методы стимулирующего и сдерживающего контроля за размещением производства. Территориальная политика опиралась на три группы мер: финансовые меры, стимулирующие размещение и рост производства в депрессивных субъектах (гарантии на капиталовложения, займы, налоговые льготы, премии за занятость и др.); непосредственная инвестиционная деятельность государства по развитию производственной и социальной инфраструктуры, в первую очередь - транспорта и жилья; меры «негативного контроля» за промышленным строительством, предусматривающие разрешение на промышленное предпринимательство. Этот опыт представляет большой интерес в настоящее время, ввиду активных попыток практического использования достижений передовых стран в области государственного регулирования социально-экономического развития субъектов РФ.

Результаты анализа зарубежного опыта регионального развития позволяют сделать следующие основные выводы, что общим правилом для разработки и реализации национальных программ в зарубежных государствах является обеспечение единства целей и принципов региональных антикризисных программ социально-экономического развития с общенациональными. Общенациональные и территориальными программы ориентированы не только на оптимальное использование имеющихся материальных, финансовых и трудовых ресурсов, но и на поиск, введение в действие ранее неиспользуемых резервов и возможностей, на успешное решение социальных проблем. При этом, естественно, должны учитываться особенности социально-экономического развития субъектов Российской Федерации.

#### Список литературы

1. Манушин, Д.В. Антикризисное государственное управление технологическим развитием России / Д.В. Манушин // Актуальные проблемы экономики и права. Пермь - 2015. № 1 (33). С. 67-74
2. Емельянов Е.В., Аксенов П.А. Региональная политика Европейских государств // Вопросы новой экономики – 2011 - №3 (19), с.19-23

<sup>9</sup> Емельянов Е.В., Аксенов П.А. Региональная политика Европейских государств // Вопросы новой экономики – 2011 - №3 (19), с.19-23

<sup>10</sup> Манушин, Д.В. Антикризисное государственное управление технологическим развитием России / Д.В. Манушин // Актуальные проблемы экономики и права. Пермь - 2015. № 1 (33). С. 67-74

3. Хасбулатов О.Р. Региональный аспект макроэкономической политики в странах-членах Евросоюза: институциональная эволюция /Хасбулатов О.Р.// Вестник Российской экономической академии им. Г.В. Плеханова. - 2009 - №5(17). – с 73-74

## ИСТОРИЯ ПРОМЫСЛОВОГО НАЛОГА В РОССИИ

**Бунько В.А.**

Санкт-Петербургский государственный экономический университет, филиал в г.Пскове

Промысловый налог относится к числу сложных налогов в силу ряда причин. В статье рассмотрены особенности промыслового налога как налоговой формы и его становление в Российской империи. История промыслового налога интересна не только сама по себе, но и сегодня полезна для совершенствования обложения малых предприятий.

Ключевые слова: ремесленники, труд, промышленность, умение, доход, гильдия, разряды.

Долговое время доходы от земледелия лидировали в доходах государственной казны. В XVIII-XIX вв. налоги от мануфактурной промышленности, горного дела, профессиональных занятий, торговли неуклонно растут, а со временем стали преобладать. Впервые это произошло в Англии. В России до Петра I система промысловых сборов отличалась сложностью, запутанностью и неопределенностью. Благодаря его настойчивым усилиям, русская промышленность приняла довольно обширные размеры. Промышленный переворот в России завершился в 1880-х годах XIX века.

Для выяснения особенностей промыслового налога обратимся к одному из основателей теории налогообложения, немецкому экономисту К.Г. Рау [1792–1870]. Ученый указывает, что налогообложение промыслов представляет собой трудную задачу в сравнении с установлением налога на землю и дома. Эти трудности проистекают вследствие разнородности промыслов, из которых каждый имеет разнородные издержки, вследствие сильного влияния факторов времени, размещения, различия доходов на капитал, различия способности предпринимателей и т.д. Промысловая подать должна рассматриваться как оценочная подать (1, с.85). В основе оценки – чистый доход, поэтому не имеет значение, что производит промысел. Таким образом, чистый доход является тем общим знаменателем, позволяющий сравнивать налоговоспособность хозяйствующих субъектов.

Для удобства оценки К.Г.Рау выделяет следующие виды деятельности:

- земельные работы: добыча минеральных веществ, сельское хозяйство с его различными отраслями, рыболовство;
- промыслы: ремесла, фабрики, строительные предприятия, трактиры;
- торговля и вспомогательные к ней занятия: извозничество, судовой и корабельный промысел, парходные общества, банкирские дома, банки, общества каналов и железных дорог;
- служебные промыслы и такие, которые касаются употребления предметов, например, содержание наемных экипажей, omnibusов, театров, зверинцев, купален, промысел парикмахеров и т.д.
- смешанные промыслы, например, содержание питейных заведений;
- промыслы, при которых извлекается прибыль от принятия на себя рисков: страхование от огня, страхование жизни и др.

Аренда в то время не рассматривалась как самостоятельный вид деятельности. Если промысел отдается в арендное содержание, пишет К.Г. Рау, то это не делает никакой разницы в окладе налога и сторонам предоставляется право условиться, кто должен нести подать (1, с. 96). К.Г. Рау считает, в силу большого разнообразия промыслов, возможным составление промыслового кадастра передать на усмотрение сведущих и знакомых с местностью оценщиков. Пока же существующие законы весьма несовершенны. К.Г. Рау рекомендует следующие правила для наложения промысловой подати (1. с. 98):

- 1) подготовительная работа по статистике промыслов;
- 2) обязать законом подачу сведений предпринимателями о числе работников, машин, других сведений;
- 3) разбить промыслы на классы в зависимости от числа работников, капиталов, выявить пригодные признаки доходности;
- 4) для каждого разряда промыслов установить правила, как должны повышаться оклады налогов сообразно с численностью и качеством работников;

5) установить для каждого разряда (классов) известный оклад налога. Но при этом сохранить индивидуальные обстоятельства, так, чтобы налогоплательщик имел свободу выбора между многими главными и второстепенными классами;

6) оценку всех отдельных плательщиков должна производить комиссия, выбираемая из числа граждан, отчасти промышленников, при содействии кадастровых чиновников;

7) раскладку налога можно производить самим обществом плательщиков, «так как они наилучшим образом знают промышленные отношения друг друга».

К.Г.Рау также отмечает, что в некоторых странах промысловую подать разлагают на две части, учитывая различие природы дохода (промысловая прибыль и процент на капитал).

И.И.Янжул [1846–1914] рассматривая промысел как объект налогообложения, отмечает, что промысел есть понятие относительное, которое можно понимать в широком и тесном смысле слова. В широком смысле промысел – это занятие, имеющее своей целью создание материальных ценностей или достижение вещественных благ в противоположность так называемым лицам свободных профессий. В узком смысле слова под промыслом понимается хозяйственное предприятие, в котором в качестве производительных элементов участвуют личные способности предпринимателя и капитал. Но оба элемента присутствуют в разной степени и мере. В труде ремесленника, единолично работающего, капитал занимает низшее место, а личный труд – первенствующее. В этом случае невозможно определить, какая часть своего дохода ремесленник получил в качестве промышленно прибыли, а что в качестве заработной платы. В крупном коммерческом и торговом предприятии капитал имеет наибольшую важность, в дивиденды акционеров входит промысловая прибыль, «хотя тут же присутствует и просто процент на затраченный капитал (2, с. 286).

Лица либеральных профессий облагаются не промысловым, а подоходным налогом. Что касается простой работы по найму, то И.И.Янжул ставит это в зависимость от тяжести косвенного налогообложения. Поэтому, заключает И.И.Янжул, под промыслом должно разуметь лишь такое занятие, которое производится с помощью капитала, которое дает доход, отчасти зависящий от затраченного капитала. В этом ограниченном смысле промысловый налог есть налог на предпринимательскую прибыль (2, с. 287). Отсюда следует, что труд ремесленный, без найма рабочей силы составляет отдельную группу налогоплательщиков. Это лица, говоря современным языком, ведут индивидуальную трудовую деятельность, их доход является смешанным доходом, без разделения на прибыль и заработную плату. Но капитал в крупных и малых предприятиях играет разную роль. И.И.Янжул приводит точку зрения экономистов, различающих три вида промыслового налога: 1) налоги на предприятия, в которых доминирует капитал как фактор дохода, 2) собственно промысловый налог, где капитал и труд являются равнодействующими факторами, 3) налог на прибыль от занятий, производимых личным трудом без капитала (2, с.287). Такое разделение промыслов сохраняет свою ценность, на наш взгляд, и сегодня.

И.И.Янжул указывает те же трудности определения точной величины промыслового налога, что и К.Г.Рау. Поэтому промысловый кадастр должен основываться не на специальном изучении точного экономического положения каждого промышленника, а на ознакомлении с доходностью каждого вида промыслов по их общим признакам. Открыть эти зависимости доходности от ряда факторов и составляет задачу финансовой науки и законодательной практики. После установления этой зависимости остается разгруппировать промыслы по известным классам и назначить этим классам соответствующие оклады налога.

И.И.Янжул выделяет внешние и внутренние признаки промыслового дохода. Внешние факторы носят объективный характер. Всем известно различие доходности (средней) видов промыслов, значит, возникает задача классификации видов промыслов так, чтобы обеспечить их равновесие, пишет И.И.Янжул. Расположение плательщика также является внешним, независимым фактором. К внутренним признакам промыслового дохода относятся размеры, например, оборотного капитала; производительность машин, число работников и т.д. Последовательность классификации может быть такой. Сначала предприятия разделяются по широте сбыта, затем по внутренней доходности, затем по объему предприятия, с возможным привлечением коэффициентов. Практика установления промыслового налога в Европе, различалась от страны к стране, по-разному комбинируя известные факторы.

Петр I Великий [1682–1725] взял курс на создание регулярного общества, что наложило свою печать на методологию налогообложения. При Петре I были установлены гильдии и цехи, но прежде всего как полицейско-государственный, а не финансовый институт. Дело в том, что купцы платили, наряду с другими несслуживыми сословиями, подушную подать. Однако Петр приказал провести особую перепись, характер которой позволяет предположить о его намерении установить промысловый кадастр. Было приказано произвести перепись городских жителей – купцов, посадских и слободских людей, с указанием характера промысла и ремесел, объема промыслов и размеров наемной платы за помещение. (Во Франции существовал налог на личные доходы лиц либеральных профессий в размере 1/15 с квартирной платы). В 1775 г. купцы были освобождены от

частных промысловых сборов и подушной подати. Гильдии получили, таким образом, фискальное значение. К первой гильдии относились те, кто объявлял свой капитал более, чем 10 000 руб.; ко второй – от 1000 руб. до 10 000 руб., к третьей – от 500 до 1000 руб. Никакие доносы на утайку имущества не принимались. В 1785 г. были более точно определены права торгового класса, закрепленные в «Городском положении». В 1885 г. были приняты «Правила об обложении торговых и промышленных предприятий добавочным капиталом». Новый государственный промысловый налог был введен в 1898 г. Таков общий ход событий, остановимся на деталях.

Важнейшую часть промыслового обложения составляли так называемые пошлины за право торговли. Все торгово-промышленные действия разделялись на две категории: производимые без платежа и на производимые с платежом. Для всех торгово-промышленных действий, не освобожденных законом от налогообложения, предприниматели обязаны были брать особые свидетельства и билеты с определенной платой в пользу казны за те и другие. Свидетельства были двух родов: купеческие или гильдейские и просто промысловые. Гильдий с 1865 г. осталось две. К первой гильдии относилась оптовая торговля, включая иностранными товарами. Кроме того, свидетельства первой гильдии были обязаны выбирать и для ведения некоторых видов промыслов (с особой доходностью). Сюда входили банки, страхование, транспорт и т.п. предприятия. Плата за свидетельство первой гильдии составляло 565 руб. Промысловые свидетельства выдавались на содержание заводских, фабричных и ремесленных заведений на мелочную и развозную торговлю и т.д. Вторая форма пошлин за право торговли и промыслов выражалась в обязательном взятии билета на каждое отдельное торговое или промышленное заведение.

Недостатком описываемой системы была неравномерность налогообложения. Крупные предприятия пользовались незаслуженными привилегиями, не оправданные ни фискальными, ни экономическими, ни политическими соображениями, отмечает И.И.Янжул. Так, кредитные учреждения с капиталом более 50 000 тыс. руб. обязаны были выкупать свидетельства первой гильдии. В результате одинаковую сумму налога платили единоличные предприниматели, общества взаимного кредита с капиталом 50–60 тыс. руб., акционерные банки с капиталом несколько млн. руб. (3, с. 210).

В 1885 г. принимаются новые правила обложения торговых и промышленных предприятий. Был введен дополнительные сборы. Первый сбор был процентным, взимался с чистой прибыли в размере 3-х, а с 1899 г. – 5-ти процентов. Процентный сбор взимался с акционерных обществ и товариществ на паях и других видов товариществ. Второй сбор был раскладочным, сбор взимался со всех остальных предприятий. Первоначально заводы и фабрики не являлись плательщиками сбора, они платили акцизы, но с 1892 года раскладочный сбор распространился и на них (2, с. 303). Раскладочный налог был призван учесть местные особенности в условиях ведения предпринимательской деятельности, учитывая специфику промыслового налога. Достоинства раскладочного налога также в том, указывает И.И.Янжул, что он дает возможность достигнуть необходимого разнообразия в размере дополнительного обложения, сопряженного с необходимою уравнительностью (2, с. 303). Законом от 15 января 1885 года податные присутствия получили право освобождать от дополнительного налога предприятия, находящиеся в затруднительном положении по незначительности оборотов и другим причинам. Правда, эти освобождения падали на других плательщиков в силу неизменности величины раскладки.

8-го июня 1898 г. утверждается новый закон о промысловом налоге. Государственный промысловый налог состоит из основного и дополнительного. Основной промысловый налог уплачивается посредством выборки промысловых свидетельств, за исключением некоторых, специально указываемых предприятий. Территория страны разделена на четыре класса, сообразно развитию степени промышленности и торговли. Сами предприятия и промысловые занятия распределяются на разряды. Для торговли было установлено пять разрядов, а промышленности – восемь разрядов. Дополнительный промысловый налог взимается по-разному. Акционерные и другие предприятия, обязанные публичной отчетностью, уплачивают налог с капитала и процентного сбора с прибыли. Налог с капитала взимался в размере 15 коп. с каждой сотни рублей основного капитала. Процентный сбор с прибыли взимался в пределах 3–6 %, смотря по размеру прибыли. Другие предприятия уплачивают налог в виде: раскладочного сбора и процентного сбора с прибыли, превышающие определенный законом размер (2, с. 308).

В среднем за последующий четырехлетний период общие поступления промыслового налога составили 68 млн. руб. (в год). В том числе:

- основной налог, взимавшийся за промысловые свидетельства, составивший 34 млн. руб.;
- дополнительный налог с акционерных и других обществ – 18,5 млн. руб.;
- дополнительный налог с прочих предприятий – 15,5 млн. руб. (9 млн. руб. в виде раскладочного налога; 6,5 млн. руб. процентного сбора с излишков прибыли).

В последующие годы в законодательство о промысловом налоге вносились изменения. В 1900 году лица, имевшие несколько заведений, получили право отчитываться по совокупности дохода. В 1901 на 1,5 млн. руб. были

уменьшены платежи в целях развития добычи золота и платины. В 1902 г. была установлена уголовная ответственность за искажения публичной отчетности. И.И.Янжул по этому поводу замечает, что впервые введена уголовная ответственность за обман казны, который, по понятиям большинства, не считается даже грехом (2, с. 311).

По закону, налог пересматривается каждые пять лет. Новый налог дал положительные результаты, увеличились доходы казаны, при этом возросла равномерность налогообложения. И.И.Янжул высказывает пожелание по данному налогу в части развития мелкого промысла, «от которого кормится значительная часть не только городского, но сельского населения».

История налога интересна и поучительна. Видно, как росло мастерство финансовой службы. Сложный объект налогообложения, но путем дифференцированного подхода удалось создать эффективную систему налогообложения. Тем не менее, фискальные возможности промыслового налога не были использованы в полной мере. Этому «послужили» такие причины:

– низкая налоговая дисциплина основной массы налогоплательщиков. Широко практиковалось уклонение от налога через завышение разного рода затрат и т.д. Многие акционерные общества вели тройную бухгалтерию (годовые финансовые отчеты формировались для директоров правления, акционеров и казенной палаты) (3, с. 216).

– экономическая и кредитная политика правительства. Только при Павле I (1796-1801) и в последующие годы стали приниматься решения в пользу крестьян, но они так и не стали равноправными предпринимателями, а освобождение крестьян было проведено не в их пользу. Основная часть банковских ссуд направлялась на кредитование дворянских хозяйств на льготных условиях, а на кредитование промышленности и торговли шли ничтожные суммы (4, с.114);

– несовершенство правил налогообложения и налогового контроля. Фабриканты признавались, что «вывести по правилам бухгалтерии можно какую угодно чистую прибыль» (3, с. 217), а контроль отличался своей лояльностью.

На фоне истории промыслового налога в России отчетливо выступают проблемы налогообложения предпринимательской деятельности в современных условиях. В настоящее время действуют общий и специальный налоговый режимы. Существует ли соразмерность налоговых форм? Можно ли признать удобным существующий порядок исчисления налога на доходы индивидуальных предпринимателей, принимающих общий режим налогообложения? В какой мере учтены факторы, определяющие результаты предпринимательской деятельности в рамках различных специальных налоговых режимов? Эти и другие вопросы ждут своих исследователей.

#### Список литературы

1. Рау К.Г. Основные начала финансовой науки. Перевод с пятого немецкого издания / под ред. В.Лебедева. – С.Петербург, 1868. 374 с.
2. Янжул И.И. Основные начала финансовой науки. Учение о государственных доходах. 4-е изд., изм. и дополн. – С.-Петербург, 1904. 405 с.
3. История налогов в России IX – начале XX века. / Захаров В.Н. [и др.]. – М.: РОХСПЭН, 2006. 296 с.
4. Тимошина Т.М. Экономическая история России: учеб. пособ. / Под ред. М.Н.Чепурина. – 9-е изд., перераб. и доп. – М.: «Юстицинформ», 2003. 416 с.

#### К ВОПРОСУ ОБ ИЗМЕНЕНИИ РОЛИ НЕГОСУДАРСТВЕННЫХ ПЕНСИОННЫХ ФОНДОВ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ РФ

**Д.э.н., профессор Г.И. Андрющенко, к.э.н., ст.преподаватель Царитова К.Г.**

Российский государственный социальный университет, г.Москва

Современная пенсионная система России формировалась под влиянием социальных, экономических и демографических факторов, характерных как большинству развитых стран, так и исключительно нашей стране. Развитие пенсионной системы только в рамках государственного пенсионного страхования в течение 20 лет показало свою недостаточность, в связи с чем в последнее время большое значение приобрели негосударственные пенсионные фонды, толчком к развитию которых послужило делегирование функций по управлению пенсионными накоплениями граждан и законодательное утверждение государственных гарантий

возврата средств застрахованным лицам. Негосударственные пенсионные фонды с учетом потенциальных инвестиционных возможностей могут занять значимую нишу на финансовом рынке России при решении ряда имеющихся в настоящий момент экономических и социально-политических проблем [ 1, с. 161 ]

Анализ современной экономической ситуации позволяет сделать вывод о том, что в 2014 году традиционные источники экономического роста практически были исчерпаны. С учетом ухудшения внешнеэкономических условий можно говорить о расширяющемся финансовом, экономическом и структурном кризисе, который отягощен введением экономических санкций в отношении России и падением цен на нефть с середины 2014 года, ослаблением рубля, повышением инфляции, сокращением доходов экономических агентов, снижением предпринимательской уверенности. Важно отметить, что результатом нарастания данных тенденций стало снижение экономической активности и продолжение инвестиционной паузы.

В результате, по данным Центрального банка России, темпы прироста ВВП снизились с 1,3% в 2013 году до 0,6% в 2014 году. Как и в предыдущие

годы, прирост валовой добавленной стоимости обеспечивался в основном за счет ее увеличения в секторе посреднических услуг (операции с недвижимым имуществом, финансовые услуги) и обрабатывающих производствах. Высокие показатели урожая основных видов культур обеспечили положительный вклад производства продукции сельского хозяйства. [ 2, с 34]

По итогам 2014 года положительный финансовый результат в экономике сократился по сравнению с 2013 годом на 9,1%. Доля убыточных

предприятий увеличилась на 1,3 процентного пункта и составила 28,1%.

Все вышеперечисленные факторы, а также снижение прибыли организаций, ухудшение неценовых условий кредитования и рост стоимости кредитных ресурсов вызвали снижение вложений в основной капитал в 2014 году по сравнению с предыдущим годом на 2,7%. [ 2, с.35 ]

В таких условиях следует провести переоценку роли и места НПФ, которые на сегодняшний день являются одним из наиболее динамично развивающихся финансовых институтов: в едином государственном реестре НПФ на 31.12.2014 в Российской Федерации зарегистрировано 120 НПФ, 90 из которых осуществляют деятельность по обязательному пенсионному страхованию.

Поскольку суммарный объем активов НПФ на 31.12.2014 составил 2187,3 млрд. рублей (3,1% к ВВП), их вполне можно рассматривать в качестве значительного инвестиционного ресурса.

В 2014 году основные изменения на рынке пенсионных накоплений были связаны с прохождением НПФ процедуры акционирования, вступлением фондов в систему гарантирования пенсионных накоплений, а также ужесточением требований к кредитным организациям, на счетах которых могут размещаться средства пенсионных накоплений. За 2014 год только 47 НПФ завершили процедуру реорганизации.

В результате повышения требований к объему собственных средств акционируемых НПФ суммарно размер собственных средств и имущества для осуществления уставной деятельности НПФ за 2014 год увеличился на 12,3%, до 143,2 млрд. рублей (за 2013 год прирост составил 16,0%). Следует отметить как последствия финансового кризиса снижение чистой прибыли за 2014 год составило 59,8 млрд. рублей, по сравнению с данными за 2013 год ее объем сократился на 35,1%.

В целом инвестированию пенсионных накоплений присуща консервативность. Структура совокупных активов НПФ на 31.12.2013 имела следующий вид:

- денежные средства и депозиты – 30,51%;
- государственные ценные бумаги РФ – 7,00%;
- корпоративные и муниципальные облигации – 30,90%;
- акции и другие формы участия в – 26,24%;
- страхование предпринимательских и финансовых рисков – 5,35%.

Это подтверждает тот факт, что, несмотря на консервативность политики, НПФ активно инвестируют в частную сферу.

Следовательно, надо искать возможности для расширения инвестиционных инструментов НПФ.

Центробанк, например, предлагает активнее инвестировать пенсионные накопления в сельскохозяйственную инфраструктуру, чтобы снизить зависимость России от внешних рынков и замедлить рост цен.

Банк России предложил построить 200 овощных баз на средства негосударственных пенсионных фондов.

[3]

НПФ готовы инвестировать в любые проекты, способные обеспечить устойчивую доходность и сохранность пенсионных накоплений граждан. Банк России в свою очередь полагает, что это даст рынку понятный и емкий инвестиционный инструмент с реальной доходностью, индексированный на инфляцию.

В России существует большая потребность в создании подобной сельскохозяйственной инфраструктуры. Минфин поддерживает идею Банка России, хотя считают, что реализовать такой инструмент будет не просто из-за неразработанности механизма его использования.

Если инвестиционный инструмент имеет длинный период погашения, обеспечивает фиксированную доходность по формуле "инфляция + проценты", обеспечивается государственными гарантиями, то для НПФ не так важно, будут использоваться пенсионные накопления для строительства зернохранилищ и плодоовощных баз, для строительства дорог и комплексов утилизации отходов или для реализации других инфраструктурных проектов.

Но в настоящий момент реализации вышеназванных планов мешает следующее противоречие, содержащееся в Постановлении Правительства РФ от 05.11.2013 N 991 "О порядке проведения оценки целесообразности финансирования инвестиционных проектов за счет средств Фонда национального благосостояния и (или) пенсионных накоплений, находящихся в доверительном управлении государственной управляющей компании, на возвратной основе" [ 4 ]и "Положение об установлении дополнительных ограничений на инвестирование средств пенсионных накоплений негосударственного пенсионного фонда, осуществляющего обязательное пенсионное страхование, дополнительных требований к кредитным организациям, в которых размещаются средства пенсионных накоплений и накопления для жилищного обеспечения военнослужащих, а также дополнительных требований, которые управляющие компании обязаны соблюдать в период действия договора доверительного управления средствами пенсионных накоплений", утвержденном Банком России от 25.12.2014 N 451-П [ 5 ]. Оно заключается в том, что ценные бумаги тех проектов, которые целесообразно финансировать за счет средств пенсионных накоплений и ФНБ, согласно Постановлению № 991, не соответствуют требованиям, установленным Положением ЦБ. Это противоречие должно быть устранено в ближайшее время.

Расширение списка инвестиционных проектов для НПФ только за счет сельскохозяйственной инфраструктуры не решит проблемы диверсификации инвестиционных ресурсов НПФ в условиях их острого дефицита. НПФ готовы инвестировать только в понятные активы, и пока не понимают условий инвестиций в сельское хозяйство. Можно было бы параллельно с этим предложением рассмотреть возможность использования средств НПФ для инвестиций в инфраструктурные проекты социального назначения.

Для дальнейшего развития института НПФ необходимо продолжить внедрение системы добровольных пенсионных накоплений с привлечением государственного участия (системы софинансирования) и работодателей, ужесточить требования к финансовой устойчивости НПФ, установить требования к ежегодной гарантированной доходности по инвестированным пенсионным накоплениям, развивать систему консультирования населения по вопросам пенсионного обеспечения в части деятельности НПФ.

#### **Список литературы**

1. Pochinok N.B, Andryushenko G.I. etc Place of Pension Funds in the Financial Market. Asian Social Science: Vol.11, №14,2015 p.161
2. [http://www.cbr.ru/publ/God/ar\\_2014.pdf](http://www.cbr.ru/publ/God/ar_2014.pdf)
3. <http://www.vedomosti.ru/economics/news/2015/06/10/595974-tsb-predlagaet-postroit-200-ovoschnih-baz-na-sredstva-negosudarstvennih-pensionnih-fondov>
4. [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_170571/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_170571/)
5. <http://www.1npf.com/news/finance/5983/>

## **К ВОПРОСУ ОБ ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ФИНАНСОВОЙ СТРАТЕГИИ КОМПАНИИ**

**Савцова А.В., Неделько О.М.**

ФГАОУ ВПО «Северо-Кавказский федеральный университет», г.Ставрополь

Финансовая стратегия любой компании формируется на основе результатов комплексного анализа ее финансово-хозяйственной деятельности, от качества которого зависит достоверность, объективность и действительность исполнения прогнозируемых показателей.

Анализируя отдельные статистические показатели развития конкретного региона в сравнении с Российской Федерацией, следует обозначить, что каждый субъект федерации имеет ряд отличительных характеристик. Исходя из того, что на региональных рынках России происходит повышение требований к показателям эффективности и стабильности функционирования его субъектов хозяйствования, актуальность приобретает своевременная и адекватная их оценка. Инструментом решения данной проблемы является формализация процессов и закономерностей, которые характеризуют успешность реализации финансовой стратегии отдельных компаний на региональном рынке, посредством использования методов экономико-математического моделирования.

Таким образом, разработка научно-методического подхода к оценке финансового стратегического уровня компании в условиях конкретного региона позволит не только предоставить количественную оценку текущего их уровня, но и определить экономически обоснованную базу принятия эффективных управленческих решений.

Для формирования и развития оптимальной финансовой стратегии компаний при изменении факторов внутренней и внешней среды с учетом специфики хозяйствования в каком-либо субъекте Российской Федерации предлагается следующий алгоритм интегральной оценки финансовой стратегии (Рисунок 1).

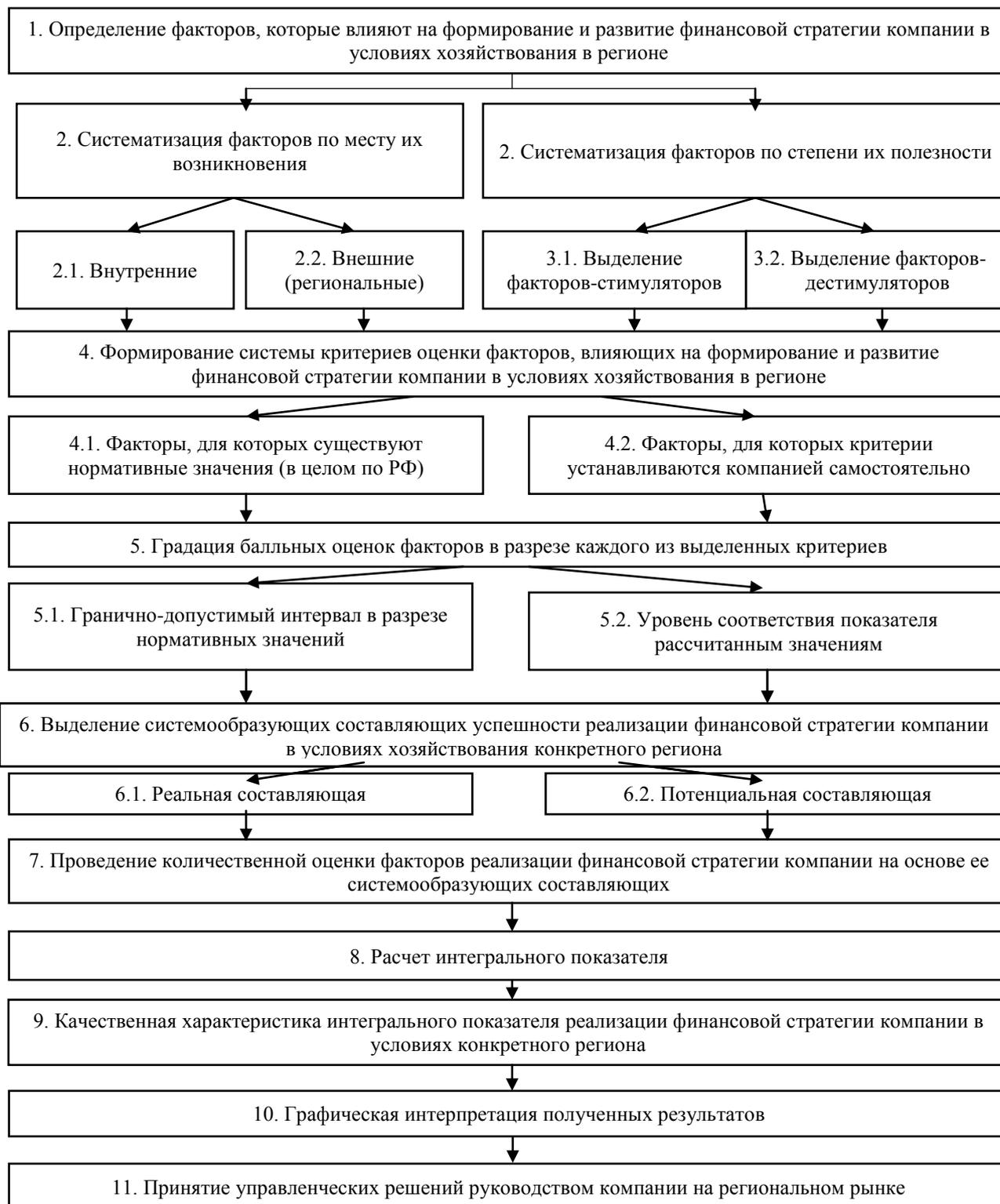


Рис.1. Алгоритм интегральной оценки формирования и развития финансовой стратегии компании в условиях хозяйствования конкретного региона

Далее следует детально исследовать каждый из этапов и определить их специфические особенности. Согласно предлагаемому подходу к классификации факторов оценки формирования и развития финансовой стратегии компании в условиях хозяйствования конкретного региона и с помощью использования метода главных компонент, формируется множество критериев для:

- региональных внешних факторов косвенного воздействия;
- общероссийских внешних факторов прямого воздействия;

- внутренних факторов (финансовых, организационных, маркетинговых, технологических, репутационных, управленческих, кадровых).

1) В группу «Региональные внешние факторы косвенного воздействия» включены основополагающие показатели субъекта Российской Федерации: экономическая группа (темп прироста ВРП ( $K_1$ ), отношение ВРП к объему денежного агрегата регионального рынка в Ставропольском крае (скорость обращения), количество оборотов ( $K_3$ ), отношение дефицита регионального бюджета к ВРП ( $K_{39}$ ), стабильность экономики региона ( $K_{48}$ ), отношение объема реальных инвестиций в регион к ВРП ( $K_{40}$ ), объем рынка Ставропольского края в отрасли ( $K_{41}$ ).

2) В группу общероссийских внешних факторов прямого воздействия отнесены: индекс доли товаров / услуг в ВВП ( $K_2$ ), отношение ВВП к объему денежного агрегата регионального рынка (скорость обращения), количество оборотов ( $K_3$ ), количество действующих предприятий-конкурентов на российском рынке ( $K_4$ ), количество предприятий-банкротов ( $K_5$ ), уровень инфляции ( $K_6$ ), нестабильность экономики страны ( $K_7$ ), реализация общегосударственной стратегии развития отрасли ( $K_8$ ), ограниченность использования ресурсов ( $K_{44}$ ), учетная ставка ( $K_{45}$ ), размер налогообложения ( $K_{46}$ );

3) Для внутренних факторов оценки финансовой стратегии характерны: финансовая группа (коэффициент адекватности основного капитала ( $K_{11}$ ), коэффициент доходных активов ( $K_{12}$ ), коэффициент мгновенной ликвидности ( $K_{13}$ ), коэффициент текущей ликвидности ( $K_{14}$ ), коэффициент краткосрочной ликвидности ( $K_{15}$ ), коэффициент активности по сделкам ( $K_8$ ), коэффициент использования оборотных средств ( $K_{16}$ ), коэффициент рентабельности чистых активов ( $K_{18}$ ), коэффициент покрытия ( $K_{19}$ ), конкурентоспособность товаров / услуг ( $K_{20}$ ), широкий ассортимент товаров/услуг ( $K_{21}$ ), полнота информации о товарах и услугах ( $K_{49}$ ), коэффициент дебиторской задолженности ( $K_{50}$ ), длительность реализации финансовой стратегии ( $K_{51}$ ), управляемость ( $K_{52}$ ), коэффициент неликвидных сделок ( $K_{53}$ ), достаточный выбор возможностей финансирования ( $K_{54}$ ), компетентность сотрудников при формировании финансовой стратегии ( $K_{54}$ ).

К организационным факторам относятся: организационная структура и распределение полномочий руководства ( $K_{22}$ ), финансовая структура ( $K_{23}$ ), количество филиалов ( $K_{24}$ ), количество отделений ( $K_{25}$ ), географическое покрытие ( $K_{26}$ ), наличие необходимых разрешений ( $K_{27}$ ).

К маркетинговым относятся – степень универсализации, дифференциации продуктов на рынке ( $K_{28}$ ), специализация компании на региональном рынке ( $K_{29}$ ), наличие перспективных проектов ( $K_{30}$ ), характеристика финансовой стратегии компании ( $K_{38}$ ), анализ спектра товаров / услуг, предоставляемых компанией, по сравнению с существующими на региональном рынке ( $K_{31}$ ).

К технологической составляющей относится: внедрение новых технологий при формировании финансовой стратегии ( $K_{32}$ ), программное и аппаратное обеспечение, используемое в компании ( $K_{33}$ ).

Репутационная составляющая: срок работы компании на региональном рынке ( $K_{34}$ ), имеющиеся и возможные судебные иски, в том числе клиентов, органов государственного регулирования ( $K_{38}$ ), взаимоотношения с органами самоуправления региона ( $K_{59}$ ), наличие рейтинговых оценок от рейтинговых агентств ( $K_{35}$ ), анализ степени зависимости компании от ограниченного круга клиентов ( $K_{60}$ ).

Эффективность управления: наличие обоснованной концепции развития ( $K_{36}$ ), наличие стратегии в области управления финансовыми рисками ( $K_{37}$ ), кадровая составляющая (затраты на оплату труда персонала на один рубль активов) ( $K_{56}$ ), стоимость основных средств на одного работника ( $K_{57}$ ).

Далее проводится систематизация данных критериев в пределах внешних и внутренних факторов влияния и их классификация в зависимости от степени полезности (с увеличением повышают общий уровень успешности реализации финансовой стратегии компании). Определение механизма влияния указанных факторов на стратегическое управление в условиях хозяйствования в конкретном регионе и их деление на стимуляторы и дестимуляторы осуществляется для каждой компании индивидуально путем применения взаимодополняющих процедур стратегического анализа. Для наглядного представления рассматриваемой специфики систематизации составляется Табл.1.

Таблица 1

Представление результатов систематизации и классификации факторов реализации финансовой стратегии компании и критериев их оценки

Наименование показателя		Систематизация критериев	
		Внешние	Внутренние
Классификация факторов конкурентоспособности компании на рынке	Факторы-стимуляторы	$K_1, K_2, \dots K_{10}$	$K_{11}, K_{12}, \dots K_{39}$
	Факторы-дестимуляторы	$K_{39}, K_{40}, \dots K_{48}$	$K_{49}, K_{50}, \dots K_{60}$

Необходимо отметить, что значение части с определенной совокупности критериев регламентируются на законодательном уровне и для них определены нормативные значения. Другая группа критериев, характеризующих факторы внешней среды прямого и косвенного воздействия – не имеют нормативно установленных интервалов допустимых уровней. Исходя из этого, в рамках предлагаемого подхода, их предельно допустимые значения определяются на базе выделения значения, которое заданная случайная величина не превышает с фиксированной вероятностью.

Итак, рассматриваемый научно-методический подход к интегральной оценке эффективности реализации финансовой стратегии компаний с учетом специфики хозяйствования на региональном рынке дает возможность выявить параметры для их дальнейшего развития, а значит является эффективным для системы стратегического планирования.

#### Список литературы

1. Информация для ведения мониторинга социально-экономического положения субъектов Российской Федерации. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc\\_1246601078438](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1246601078438)
2. Климова, Н.В. Разработка финансовой стратегии организации на базе автоматизированной обработки информации / Н.В. Климова // Экономический анализ: теория и практика. 2007. № 12.
3. Савцова, А.В. О сущности и функциях финансовых ресурсов коммерческой организации / А.В. Савцова, Н.Е. Письменная, М.А. Козлова // Вестник СевКавГТИ, выпуск 11. – Ставрополь, 2011.
4. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat/rosstatsite/main/>. – Загл. с экрана.
5. Савцова, А.В. К вопросу об управлении финансовыми ресурсами коммерческих организаций / А. В. Савцова // Вестник «Северо-Кавказского государственного технического университета. №4 (33). Ставрополь: СевКавГТУ, 2012. с.205-207.

#### ОРГАНИЗАЦИЯ КОНТРОЛЬНО-РЕВИЗИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА УРОВНЕ СУБЪЕКТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ ДАГЕСТАН)

<sup>1</sup>Гаджиев Н.Г., <sup>2</sup>Ахмедова Х.Г., <sup>3</sup>Гаджиев М.Н.

<sup>1</sup>Д.э.н., Почетный профессор ФГБОУ ВПО "Астраханский государственный технический университет"

<sup>2</sup>Магистрант ФГБОУ ВПО "Астраханский государственный технический университет"

<sup>3</sup>Магистрант ФГБОУ ВПО "Дагестанский государственный университет"

На уровне субъектов РФ внешний государственный финансовый контроль за исполнением региональных бюджетов осуществляют созданные органами законодательной (представительной) власти контрольно-счетные органы. Например, в Республике Дагестан таким органом контроля является Счетная палата республики Дагестан. Она организует и осуществляет контроль за законным, рациональным и эффективным использованием средств республиканского бюджета; за поступлением средств в республиканский бюджет, полученных от распоряжения и управления собственностью.

В Республике Дагестан дальнейшему развитию контрольной деятельности способствовали решения принятые в соответствии с Постановлением Правительства Республики Дагестан от 21.07.2011 г. №249 «Об организации внутреннего контроля и внутреннего аудита в органах исполнительной власти Республики Дагестан». Согласно этому документу внутренний контроль в органах исполнительной власти направлен на обеспечение соблюдения требований нормативных правовых актов Российской Федерации и Республики Дагестан, повышение эффективности и результативности деятельности аппарата исполнительной власти и подведомственных ему учреждений. В свою очередь, внутренний финансовый аудит в органах исполнительной власти Республики Дагестан - это вид внутреннего контроля, направленный на проверку законности и эффективности использования бюджетных ассигнований, в отношении которых орган исполнительной власти осуществляет функции главного распорядителя бюджетных средств, в том числе на стадии планирования республиканского бюджета.

В настоящее время на Министерство финансов Республики Дагестан возложены функции по осуществлению мониторинга качества внутреннего контроля и внутреннего аудита в органах исполнительной власти региона. Для этих целей используются показатели, характеризующие не только качество планирования

деятельности органа исполнительной власти, но и качество системы управления в области организации и взаимодействия, качество управления бюджетными средствами, человеческими и информационными ресурсами.

В соответствии с Указом Президента РФ от 08.06.2004 № 729 «О контрольном управлении Президента Российской Федерации» функцию обеспечения контрольных полномочий Президента РФ в сфере государственных финансов имеет Контрольное управление Президента РФ. Основными задачами Управления являются контроль и проверка исполнения федеральными органами исполнительной власти всех уровней, а также организациями федеральных законов, в части, касающейся полномочий Президента РФ, указов, распоряжений и иных решений Президента РФ; контроль за реализацией ежегодных посланий Президента РФ Федеральному Собранию, бюджетных посланий Президента РФ.

В Дагестане также создана Служба государственного финансового контроля Республики Дагестан.

Эта служба осуществляет свою деятельность и реализует полномочия на основе Конституции Российской Федерации, Конституции Республики Дагестан, Бюджетного кодекса Российской Федерации, Федерального закона от 5 апреля 2013 года № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд», Указа Президента Республики Дагестан от 7 июня 2013 года № 180 «Об утверждении Положения о Службе государственного финансового контроля Республики Дагестан», Постановления Правительства Республики Дагестан от 24 февраля 2014 года № 65 «Об утверждении Порядка осуществления Службой государственного финансового контроля Республики Дагестан внутреннего государственного финансового контроля», других законов и иных нормативных правовых актов Российской Федерации и Республики Дагестан.

В соответствии с Бюджетным кодексом Российской Федерации, Служба осуществляет внутренний государственный финансовый контроль, направленный на предупреждение и пресечение бюджетных нарушений в процессе исполнения государственного бюджета Республики Дагестан, бюджетов муниципальных образований и бюджета Территориального фонда обязательного медицинского страхования и установления законности их исполнения, достоверности учета и отчетности.

Экономическая эффективность от деятельности Службы государственного финансового контроля Республики Дагестан, в виде сэкономленных, взысканных и восстановленных средств республиканского бюджета, за 2014 год составила 914 млн. рублей. Расходы бюджета за 2014 год на осуществление деятельности Службы фактически окупались более чем в 20 кратном размере.

Службой в соответствии с планом проведения контрольных мероприятий, а также по поручениям и обращениям (жалобам) граждан за 2014 год проведены 33 проверки с охватом 218 объектов.

По результатам проверок выявлено нарушений законодательства Российской Федерации и Республики Дагестан на общую сумму 5,7 млрд. рублей, что составляет 25,2 процента от общего объема средств, охваченных проверкой.

В Министерство финансов Республики Дагестан направлено 10 уведомлений для принятия мер бюджетного принуждения в виде бесспорного взыскания средств бюджета Республики Дагестан использованных не по целевому назначению и возврату неиспользованных межбюджетных трансфертов в которых отсутствует потребность на сумму 120,4 млн. рублей. По состоянию на 1 января 2015 года взыскано в доход бюджета Республики Дагестан 62 млн. рублей. Возмещено и восстановлено в ходе проверок 39,1 млн. рублей.

Проведенными Службой проверками выявлены факты завышения кредиторской задолженности по субсидиям на оплату жилого помещения и коммунальных услуг на сумму более 55,9 млн. рублей, которая скорректирована в сторону уменьшения.

В рамках контроля за соблюдением законодательства в сфере закупок в 2014 году проведено 292 проверок, с охватом средств на сумму 4,5 млрд. рублей.

По результатам проверок выдано 35 представлений об устранении нарушений законодательства о контрактной системе в сфере закупок.

По фактам размещения государственных заказов без источников их финансирования аннулированы торги без права повторного их проведения на сумму 672,6 млн. рублей, в результате предотвращено образование кредиторской задолженности на указанную сумму.

По предписаниям и рекомендациям Службы заказчиками, за счет уменьшения начальных максимальных цен контрактов, сэкономлено 56,9 млн. рублей.

В отчетном периоде рассмотрено 325 обращений государственных заказчиков о согласовании заключения контракта с единственным поставщиком, на общую сумму 2,5 млрд. рублей. По результатам рассмотрения согласовано 223 обращения, на сумму 1,8 млрд. рублей. Отказано в согласовании по 88 обращениям, на сумму 707,8 млн. рублей. Возвращено без рассмотрения - 14 обращений. По результатам согласования достигнута экономия бюджетных средств на сумму 27,5 млн. рублей.

В правоохранительные и надзорные органы направлены материалы 27 проверок, по результатам рассмотрения которых выявлено 19 преступлений, возбуждено 14 уголовных дел, из них направлено в суд 5 дел.

За 2014 год рассмотрено 475 дел об административных правонарушениях, начислено штрафов - 7,2 млн. рублей, из которых за отчетный период уплачено 2,6 млн. рублей.

Эффективность контроля зависит, прежде всего, оттого, насколько структура систем контроля, организация и методы контрольной деятельности соответствуют законам, объективно действующим в контрольной сфере. На основе познания объективных законов в теории контроля формулируются соответствующие правила и рекомендации для практической деятельности руководителей и органов контроля. Соблюдение законов контроля позволяет выработать методы контроля и стиль контроля организации. Реализация процесса контроля возможна только при наличии адекватного этому процессу механизма контроля.

Определение места и роли органов финансового контроля в единой его системе, общих принципов и механизмов их организации и функционирования должно обеспечить унификацию и согласованность контроля за исполнением бюджета, сопоставимость показателей экономической эффективности использования государственных финансовых ресурсов в целом.

#### **Список литературы**

1. Васильева М. В. Финансовый контроль и аудит в государственном секторе // Финансы и кредит, №18, 2009 г.
2. Наринский А.С., Гаджиев Н.Г. Контроль в условиях рыночной экономики. - М.: Финансы и статистика, 1994. - 176 с.
3. Отчет по итогам деятельности Службы государственного финансового контроля Республики Дагестан за 2014 год.- Махачкала, 2015. - 90 с.
4. Степашин С.В. Проблемы внешнего финансового контроля в условиях действующего законодательства // Вестник АКСОР, 2008, №3.

### **О ФАКТОРАХ РАЗВИТИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ СТАВРОПОЛЬСКОГО КРАЯ**

**Савцова А.В., Наврадов Ю.А.**

ФГАОУ ВПО «Северо-Кавказский федеральный университет», г.Ставрополь

При анализе различных аспектов внешнеэкономической деятельности организаций исключительно важное значение имеет информация об имеющихся факторах формирования потенциала такого сотрудничества и факторах, непосредственно влияющих на практические процессы его осуществления, от которых зависит эффективность функционирования регионального хозяйственного комплекса.

Предпосылки налаживания внешнеэкономических связей и конкретные условия реализации программ и проектов сотрудничества в рамках ВЭД определяются системой факторов, возникающих на различных уровнях социально-экономической среды их реализации. Учитывая это, факторы развития сотрудничества российских регионов можно разделить на факторы макросреды, внутрирегиональные и микроуровня приграничной территории Ставропольского края (рисунок 1).

Объективные реалии функционирования национальных экономик как целостных систем, состоящих из взаимосвязанных элементов и подчиняющихся общим требованиям и правилам, обуславливают существование высокой степени зависимости региональных процессов от воздействия факторов макроуровня. С учетом характера влияния на параметры макросреды факторы могут быть объединены в следующие основные группы: геополитические, политико-правовые и макроэкономические. В современных условиях глобализации мировых интеграционных процессов и усиления международной конкуренции стран развитие потенциала сотрудничества в рамках ВЭД осуществляется под влиянием нескольких групп постоянно действующих факторов, имеющих геополитический характер и отражающих:

**ФАКТОРЫ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА ПРИГРАНИЧНЫХ РЕГИОНОВ**



Рис.1. Факторы развития сотрудничества приграничных регионов в рамках ВЭД

- 1) закономерности развития и размещения производительных сил;
- 2) общие интересы сторон, побуждающие их преследовать во внешнеэкономическом сотрудничестве не только чисто экономические, но и политические цели;
- 3) национальные интересы каждой страны, которые определяются ее экономическими позициями в мире, структурой хозяйства регионов, их социально-экономическими ресурсами.

Геополитический фактор развития внешнеэкономической деятельности в Ставропольском крае и близлежащих территорий заключается в том, что отношения пограничных регионов является сферой пересечения основных стратегических векторов современной внешней политики Российской Федерации. К политическим условиям, определяющим перспективы развития внешнеэкономической деятельности, необходимо также отнести свободу по созданию единого экономического пространства на территории регионов.

Группа политико-правовых факторов в структуре параметров макросреды отражает наличие нормативно-правового поля реализации инновационной направленности ВЭД. Принято выделять пять уровней правового обеспечения внешнеэкономических отношений регионов: международный, межгосударственный, национальный, межрегиональный, локальный.

Существенное влияние на развитие процессов в рамках ВЭД осуществляют макроэкономические факторы, отражающие состояние и тип национальной экономики государств, регионы которых сотрудничают, динамику основных социально-экономических показателей, характер государственной экономической политики в сфере приграничных отношений. Механизм социально-экономического развития приграничного региона должен строиться с учетом того, что регион является частью общегосударственного экономического пространства, в котором осуществляются полные циклы воспроизводства.

Естественно, что развитие приграничного сотрудничества как специфической формы внешнеэкономических отношений на региональном уровне в каждом конкретном случае связано с соответствующими особенностями социально-экономического состояния региона, имеющимися внутрирегиональными условиями содействия развитию внешнеэкономической деятельности территориально-географического, природно-ресурсного, социально-демографического, социально-экономического и научно-технического характера.

По нашему мнению, группа внутрирегиональных факторов развития внешнеэкономической деятельности должна рассматриваться с двух взаимосвязанных позиций:

- 1) специфические характеристики и особенности отдельного региона, который является потенциальным или реальным компонентом мезорегионального образования;

- 2) социально-экономические характеристики мезорегиона как территориального ареала осуществления приграничного сотрудничества. С учетом этого, необходимо различать на региональном уровне факторы:

- пограничные (региональные), которые действуют внутри отдельного региона и обусловлены его социально-экономическими особенностями;

- трансграничные (межрегиональные), которые обусловлены влиянием межрегионального сотрудничества на пограничный регион (например, влияние Ставропольского края России на соседние приграничные области других стран и наоборот). Здесь большое значение имеет фактор неэквивалентности рыночных сред сотрудничающих смежных регионов. Мировой практикой ВЭД в форме «еврорегионов» предусмотрено взаимодействие между равноценными партнерами на паритетной основе. Нарушение указанного баланса из-за разности в активности и эффективности рыночных процессов приводит к возникновению негативных тенденций в развитии более «слабого» региона. Такими явлениями является эмиграция квалифицированной рабочей силы, импорт низко-технологического и торгового капитала, отток инвестиционного капитала и др.

Итак, важное значение при рассмотрении факторной базы сотрудничества регионов в рамках ВЭД приобретает учет пространственной мобильности факторов, их склонности к изменениям во времени и пространстве. Поэтому в составе механизма развития внешнеэкономической деятельности региона необходимо закладывать систему рычагов регулирования межрегионального движения ресурсов, прежде всего, рабочей силы, инвестиционного капитала, с целью повышения эффективности их альтернативного присутствия на рынке региона иного государства.

Факторы микроуровня характеризует способность предприятий, как непосредственных субъектов реализации конкретных мероприятий по осуществлению внешнеэкономических связей, достигать поставленные задачи реализации соответствующих инвестиционных проектов производственного, коммерческого, кооперационного и другого характера. Их оценка и анализ должны происходить для каждого

отдельного проекта локального сотрудничества субъектов хозяйствования регионов с учетом общепризнанных принципов бизнес-планирования.

Способность субъектов микроуровня быть активными участниками инновационно-ориентированного развития сотрудничества в рамках ВЭД определяется такими факторами, как:

- 1) коммерческая заинтересованность фирмы в осуществлении проектов приграничного сотрудничества, связанная с оценкой микроэкономической эффективности соответствующих инвестиционных решений;
- 2) наличием у компании достаточного объема ресурсов (сырьевых, трудовых, финансовых и т.п.) необходимого качественного состава;
- 3) технический уровень и потенциал, который определяет текущее состояние производственного аппарата и уровень вырабатываемой продукции;
- 4) научно-технический уровень и потенциал предприятия, характеризующий состояние научных исследований, уровень технических разработок по сравнению с мировым;
- 5) инновационный уровень и потенциал, который определяет возможности обновления продукции и производственного аппарата в будущей перспективе.

Рассмотренные группы факторов развития регионального сотрудничества в рамках ВЭД относительно воздействия на мезорегионы как территориальное олицетворение объекта воздействия могут быть подразделены на внешние (параметры макросреды) и внутренние (внутрирегиональные условия и факторы микроуровня).

Успешное функционирование региональных связей в рамках ВЭД требует создания приемлемых политических, экономических и социальных условий, которые обеспечивают стимулирование поиска оптимальных практических форм реализации имеющегося потенциала регионов по обеспечению инновационной направленности и повышения эффективности регионального сотрудничества в сфере внешнеэкономической деятельности.

Таким образом, систематизированы факторы регионального развития внешнеэкономического сотрудничества, которые в период его налаживания выступают в качестве предпосылок его развития, а в дальнейшем процессе – факторов содействия или сдерживания.

#### **Список литературы**

1. Беленький П. Ю., Микула Н. А. Методологические аспекты межтерриториального и трансграничного сотрудничества / П. Ю. Беленький, // Социально-экономические исследования в переходный период. Трансграничное сотрудничество, рыночная инфраструктура и финансово-инвестиционная деятельность: сб. науч. пр. 2002. – С. 11-17.
2. Бурганова И. Н. Векторы внешней политики Российской Федерации с учетом процессов глобализации и регионализации // Инновации в науке. – 2015. – № 41. – С. 181-185.
3. Постановление Правительства РФ от 15.04.2014 N 330 "Об утверждении государственной программы Российской Федерации "Развитие внешнеэкономической деятельности"
4. Савцова, А. В. К вопросу об управлении финансовыми ресурсами коммерческих организаций / А. В. Савцова // Вестник «Северо-Кавказского государственного технического университета. №4 (33). Ставрополь: СевКавГТУ, 2012. с.205-207.

### **РАСШИРЕНИЕ ПРОГРАММ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЁРСТВА В ОТРАСЛЯХ ПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ ВОЛГОГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ**

**Кусмарцева Ю.В., Аникина И.Д., Гукова А.В.**

Волгоградский государственный университет, г.Волгоград

Для развития России необходима научно-обоснованная разработка и построение вертикально-интегрированной системы хозяйствования, включая экономику сельского хозяйства и перерабатывающей промышленности.

В развитых странах такая система хозяйствования приняла «облик» государственно-корпоративных формирований, в которых определяющая экономическая роль принадлежит государству как участнику производственно-экономического процесса, а не только как проводнику неких институциональных и социальных параметров и мотиваций. Исходя из этого, применительно к сельскому хозяйству России требуется

гармонизированное воздействие государства на интересы в основном трех составных частей воспроизводства: сельского хозяйства, промышленности – перерабатывающей и ресурсобеспечивающей, торговли [6, с. 83-84].

Партнёрство государственного и частного секторов представляет собой институциональный и организационный союз органов государственной власти и компаний частного бизнеса для осуществления значимых для общества проектов в обширном спектре направлений деятельности – от развития стратегически важных отраслей народного хозяйства до оказания общественных услуг в масштабах Российской Федерации или некоторых регионов [7, с. 78-79].

Специфика взаимодействия государства и частного бизнеса в рамках ГЧП реализуется через партнерские отношения посредством перераспределения прав собственности. Подобный методологический прием к оценке понятия партнерства дает возможность исключить две распространенные крайности в его толковании:

1 идентификация государственно-частного партнёрства с приватизацией и трактовка его как особой формы – косвенной приватизации [11]. Причиной для этого является обширность участия частного бизнеса в осуществлении правомочий собственности, передаваемых ему государством. Частные компании в проектах занимаются финансированием, проектированием, строительством, владением и эксплуатацией государственных организаций;

2 партнерства располагаются на рубеже государственного и частного секторов. Они не являются ни приватизированными, ни национализированными институтами. Это так называемый «третий путь», с его помощью правительства осуществляют поиск политических по сути форм совершенствования оказания домашним хозяйствам общественных (публичных) благ [10].

Наиболее состоятелен взгляд на государственно-частное партнёрство в виде особой, но достаточно полноценной замены программ приватизации, которые позволяют, во-первых, реализовывать возможность частнопредпринимательской инициативы, и, во-вторых, сохранять за государством контрольную функцию в социально значимых отраслях народного хозяйства [4, с.34-37]. И в отличие от приватизации (форма возмездной передачи собственности государства в собственность юридических и физических лиц), в партнерствах право собственности остается у государства. Но в самой собственности государства осуществляются институциональные преобразования, которые позволяют расширить участие частных компаний в выполнении определенной доли экономических, организационных, управленческих и других функций. Определенная степень хозяйственной активности сохраняется за государством как собственником [5].

Закон от 29 ноября 2011 года № 2257-ОД «Об участии Волгоградской области в государственно-частном партнерстве» содержит рамочное регулирование вопросов партнерства государства и частного бизнеса, то есть общие положения и представляют собой практически декларативный документ.

Принятие же федерального закона «Об основах государственно-частного партнерства в Российской Федерации» даст регионам возможность активизировать развитие своей нормативно-правовой базы в сфере партнерства государства и частного бизнеса, разработать методическую базу [1]. На основании федерального закона должны быть приняты, например, следующие постановления Правительства Российской Федерации: о порядке инициации и подготовки соглашения о государственно-частном партнерстве, об оценке эффективности проекта государственно-частного партнерства по сравнению с бюджетным финансированием, о контроле исполнения обязательств частного инвестора, о порядке проведения конкурсных процедур и о порядке проведения общественных слушаний по соглашению о государственно-частном партнерстве [3].

Современный тепличный комплекс – ООО «Овощевод» – в условиях продовольственных санкций и программы импортозамещения в Волгоградской области в городе Волжском реализует масштабный инвестиционный проект по обеспечению потребности региона в овощах закрытого грунта, которые поступают в реализацию в торговые сети под торговой маркой «Ботаника». Это хороший пример частного-государственного партнерства, которое дает региону 300 новых рабочих мест, 20 миллионов рублей дополнительных налоговых отчислений в бюджет Волгоградской области.

На конец 2014 года введены в эксплуатацию первые 5 гектаров теплиц с использованием технологии круглогодичного выращивания овощей с применением технологии «светокультура», начали свою работу энергоблок и логистический центр [2]. В планах 2015 года – начать строительство еще 15 га теплиц, а также современного овощехранилища на 28 тонн, что даст возможность хранить и продавать не только свою продукцию, но и овощи-фрукты местных хозяйств и предприятий, и даст значительный стимул для развития всей плодоовощной отрасли Волгоградского региона.

Общая проектная стоимость – около 2,7 млрд руб. С начала строительства было освоено более 1,3 млрд рублей инвестиций, из них кредитные средства составляют 750 млн руб., собственные – 280 млн руб. Администрация Волгоградской области также приняла участие в финансировании проекта. Инвестору проекта (ООО «Овощевод») была оказана государственная поддержка: около 35 млн рублей федеральных и

региональных денег было вложено в качестве компенсации затрат на строительство логистических и производственных объектов и на погашение части процентов по кредиту [9].

Подобные проекты администрация Волгоградской области необходимо поддерживать, так как переработка в сельском хозяйстве – это очень перспективная ниша для инвесторов. Спрос на местную продукцию агропромышленного комплекса стабильно высокий, а потому инвесторам выгодно вкладывать средства в создание теплиц, логистических и перерабатывающих предприятий.

Необходимо стимулировать дальнейший рост конкурентоспособности отечественных сельскохозяйственных производителей и их переход на новый технологический уровень, обеспечить создание современной инфраструктуры хранения, переработки и транспортировки продукции [8, с. 183].

Волгоградская область – полноправный участник мероприятий Госпрограммы развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013 - 2020 годы, который обеспечивает выполнение обязательств в рамках софинансирования с федеральным бюджетом. Освоение выделяемых средств позволит проводить более действенную аграрную политику в регионе [8, с. 182].

Таким образом, сельская экономика страны должна перевести свое развитие на создание государственно-корпоративного сектора как ядра и движущей силы всего ее хозяйства, что обеспечит более планомерное поступательное движение аграрного сектора России.

### Список литературы

1. Аникина И.Д., Кусмарцева Ю.В., Гукова А.В., Бисчекова Ф.Р. Перспективы развития механизмов государственно-корпоративного управления на предприятиях перерабатывающей промышленности // *Фундаментальные исследования*. – 2015. – № 6-2; URL: [www.rae.ru/fs/](http://www.rae.ru/fs/).
2. В Волгоградской области появился новый тепличный комплекс URL: [http://ksh-old.volganet.ru/news/news/2014/12/news\\_00917.html](http://ksh-old.volganet.ru/news/news/2014/12/news_00917.html).
3. В Москве обсудили проект Федерального закона «Об основах ГЧП в РФ» URL: <http://pppcenter.ru/ru/press-center/pppcenter-news/v-moskve-obsudili-proekt-federalnogo-zakona-ob-osnovakh-gchp-v-rf>.
4. Варнавский В.Г. Партнерство государства и частного сектора: формы, проекты, риски. – М.: Наука, 2005. – 315 с.
5. Дерябина М.А. Теоретические и практические проблемы государственно-частного партнерства URL: <http://www.pppinrussia.ru/main/publications/biblioteka/biblioteka/tags/gchp>.
6. Еремеев В. Перспективы государственно-корпоративного управления в сельском хозяйстве // *Экономист*. – 2012. – № 4. – с. 83-87.
7. Клинова М. Глобализация и инфраструктура: новые тенденции во взаимоотношениях государства и бизнеса // *Вопросы экономики*. – 2008. – № 8. – с. 78-90.
8. Кусмарцева Ю.В. Модернизация механизма финансирования специфических оборотных активов в сельском хозяйстве Волгоградской области // *Региональная экономика. Юг России*. – 2013. – № 1 – с. 178-184.
9. Сердюкова Д. Огуречная революция в Волгоградской области работает на импортозамещение URL: <http://krestyane34.ru/ogurechnaja-revolucija-rabotaet-na-importozameschenie.html>.
10. Gerrard M.B. What are public-private partnerships, and how do they differ from privatizations? // *Finance & Development*. – 2001, Vol. 38, #3.
11. *Public/Private Partnerships: Financing a Common Wealth*. Wash., 1985, p.67.

## СПОСОБЫ РАЗРЕШЕНИЯ АГЕНТСКИХ КОНФЛИКТОВ

**Савченко Н.Л., Хугаева О.С.**

Уральский Федеральный университет, Уральский гуманитарный институт, г.Екатеринбург

Агентские конфликты, как и агентские отношения, были сформулированы и получили свое теоретическое обоснование в трудах ученых-финансистов в 20 веке. Хотя, начало будущей агентской теории можно найти на страницах труда А.Смита «Исследование о природе и причинах богатства народов», в котором утверждается, что усилия наемных работников не могут быть соотнесены с аналогичным вкладом собственников.

Высказывания об агентских отношениях между собственниками и менеджерами крупных компаний (корпораций) встречаются в трудах А. Берле, С. Майерса, Д. Минза, М. Дженсена, У. Меклинга, Д. Хорригана и других ученых. Согласно С. Майерсу, основными приоритетами менеджеров на практике являются стабильность положения, материальное вознаграждение и привилегии (различные нематериальные выгоды). Поэтому часто они ограничиваются удовлетворяющим поведением, например, выполняют только необходимые минимальные условия акционеров для сохранения своего стабильного положения, но не стремятся к максимизации благосостояния собственников (что является основной целью с точки зрения стратегического финансового управления компанией).

В любой крупной компании (корпорации) исполнительные функции управления находятся обособленно от функций владения, что и является основной причиной возникновения агентских конфликтов. Достаточно полная классификация агентских конфликтов представлена в диссертации Курузова М.В. В таблице ниже приведем данную классификацию по различным критериям:

Таблица 1

Классификация агентских конфликтов

Критерий классификации	Типы агентских конфликтов
1. По субъектам, участвующим в конфликте	Конфликты между: акционерами и менеджерами, акционерами и миноритарными акционерами, акционерами и аудиторами, головной организацией и дочерними предприятиями, головным офисом и структурными подразделениями, между функциональными подразделениями
2. В зависимости от места возникновения конфликта	Внешние и внутренние конфликты
3. В зависимости от направлений проблематики	- Конфликты в результате проявлений асимметрии информации; - Конфликты, связанные с моральным аспектом; - Конфликты, в основе которых лежит неприятие риска; - Конфликты разнонаправленных интересов на различных временных горизонтах
4. В зависимости от способа решения конфликтов	Конфликты, решаемые при помощи методов: - стимулирования; - контроля; - стимулирования и контроля.
5. В зависимости от наличия агентских затрат	- Конфликты с нулевыми агентскими затратами; - Конфликты с агентскими затратами, не превышающими расходов на контроль и поощрение агентов; - Конфликты с агентскими затратами, не покрывающими издержек на контроль и премирование менеджеров
6. В зависимости от распределения прибыли	Конфликты по поводу распределения: - операционной прибыли; - нераспределенной прибыли; - реинвестированной прибыли

Агентские конфликты порождают агентские затраты (агентские расходы, агентские издержки), величина которых напрямую зависит от неэффективного использования активов, вложения инвестиций, неоправданных затрат различного вида ресурсов, а также недостаточных усилий со стороны менеджеров, что приводит к падению доходов и прибыли компании.

Теплова Т.В. разделяет агентские затраты на фактические издержки собственника, связанные с передачей полномочий управления к менеджерам, внедрением и обслуживанием систем мониторинга, и упущенную выгоду, являющуюся следствием действий и решений агентов в собственных интересах.

Агентские затраты также классифицируются по ряду признаков, они рассматриваются в ряде работ по финансовому управлению компанией, не являясь предметом подробного изложения в данной работе. В целом можно отметить, что агентские затраты будут оправданы до тех пор, пока они перекрываются ростом прибыли предприятия (корпорации). Кроме того, к агентским издержкам не относятся потери, связанные с некомпетентностью менеджеров.

Возвращаясь к агентским конфликтам, уделим внимание способам и методам смягчения и разрешения этих конфликтов. Существуют два источника смягчения агентских конфликтов:

- 1) создание схем материального вознаграждения менеджеров;
- 2) создание и использование механизма мониторинга деятельности менеджеров.

В обоих случаях для разрешения возникающих агентских конфликтов используются механизмы, побуждающие менеджеров действовать в интересах акционеров и в интересах кредиторов, то есть сюда относят стимулы, ограничения либо наказания. В развитых странах в качестве инструментов сглаживания агентских конфликтов используется система внутренних регламентов и кодексов корпоративного поведения.

Многими экономистами (финансистами) разрабатываются способы оптимизации агентских конфликтов и минимизации их отрицательных эффектов. Здесь речь идет об управлении конфликтами, а также управлении агентскими затратами.

Проведя анализ литературы по данной тематике, можно отметить, что исследователи делают основной упор на нахождение подтверждения или же опровержения предполагаемым взаимосвязям между факторами, указывающими на наличие агентских издержек, и финансовыми показателями деятельности предприятия.

Несмотря на безупречность усилий, предпринимаемых государством в части определения «правил игры» в области корпоративных отношений, тенденция последних нескольких лет – существенная активизация законотворческой деятельности государства в целях исключения нормативных предпосылок возникновения и развития корпоративных конфликтов. Сюда можно отнести и поправки в Закон «Об Акционерных Обществах», изменение ставки налога на дивиденды и др. нормативные акты.

Таким образом, подводя итог по данной теме, можно отметить, что для разрешения агентских конфликтов было бы лучше и правильней проводить стимулирование менеджеров, нежели осуществлять полный контроль над качеством их руководства.

Сформулируем алгоритм действий для корпоративного финансового менеджмента с целью предотвращения и снижения неблагоприятных последствий агентских конфликтов между основными агентскими группами:

1.Создание фирменных стандартов внутри корпорации. Данные стандарты могут быть включены в различные корпоративные Кодексы, они могут быть частью финансовой, кредитной, дивидендной и инвестиционной политики, но в любом случае они должны отстаивать интересы собственников, менеджмента, наемного персонала, организовывать их эффективную совместную деятельность.

2.Формирование эффективной системы стимулирования менеджеров. Данная система непременно должна быть построена на основе показателей результативности и эффективности деятельности предприятий и организаций.

3.Утверждение критериев возможного увольнения менеджеров. Здесь имеются в виду факты использования власти исключительно в своих интересах.

4.Разделение функций по управлению денежными потоками. Управлением денежными потоками должны заниматься специальные менеджеры структурных подразделений, следует выделить централизованные функции.

И в заключении следует отметить, что собственники корпораций (предприятий) и менеджеры находятся в тесной связи, оказывая друг на друга как прямое, так и косвенное влияние, что приводит к конфликтам из-за несовпадения интересов. Решение таких конфликтов должно стоять на первом месте для удовлетворения интересов обеих сторон, укрепления конкурентных преимуществ предприятия на рынке, и обеспечения его стабильного развития.

#### **Список литературы**

1. Бригхем Ю., Гапенски Л.. Финансовый менеджмент./Перевод с англ. под ред. Ковалева В.В., СПб.: Питер, 2009.
2. Иванова О.И., Савченко Н.Л. Повышение значимости интеллектуального капитала при внедрении системы бюджетирования. Креативный менеджмент: Научно-практический журнал. Выпуск №2. Человеческий капитал в условиях мировой нестабильности – Екатеринбург: УрГИ, 2015 г. – с.57-60.
3. Корпоративные финансы и учет: понятия, алгоритмы, показатели /Ковалев В.В., Ковалев Вит. В. М.: Проспект, 2014.
4. Ковалев В. В., Либман А. В. Управление агентскими издержками в корпорации: введение в проблему// Вестник С.-Петербургского ун-та, 2001. Сер.5. Экономика. Вып.4.
5. Шевченко И.В., Курузов М.В. Внутрикорпоративные агентские конфликты и их классификация, Финансы и кредит, 2014, №10, с.25-30.

## **СЕКЦИЯ №4. БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЁТ, СТАТИСТИКА (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.12)**

### **ОСНОВЫ ОРГАНИЗАЦИИ И УЧЕТА ТОРГОВЛИ ЧЕРЕЗ ИНТЕРНЕТ**

**Аругюнова А.А., Галицкая Ю.Н.**

Кубанский Государственный Технологический Университет, г.Краснодар

Такой вид бизнеса, как торговля через интернет-магазин, является удобным и очень выгодным как для продавцов товаров, так и для их покупателей. Продавцов такой вид продажи привлекает возможностью значительного сокращения расходов, ведь торговать через Интернет можно даже не имея обычной торговой площади, достаточно создать лишь виртуальную торговую площадку (интернет-магазин), которая представляет собой сайт в Интернете, зарегистрировать домен (название сайта) и заключить договор с провайдером. Кроме того, у продавца отпадает необходимость в приобретении дорогостоящего торгового оборудования, найме торгового и обслуживающего персонала и так далее.

Для потребителя такой способ приобретения товаров также выступает довольно заманчивым. Во-первых, цены товаров, продаваемых по Интернету, по сравнению с ценами в обычных магазинах являются более низкими благодаря минимуму затрат на ведение торговли. Во-вторых, чтобы купить необходимую вещь, покупателю не надо даже выходить из дома, достаточно зайти на сайт и оформить заказ.

Интернет-магазин с точки зрения закона - это торговая точка. Поэтому для организации их работы требуются сходные юридические документы и процедуры. Однако, перед тем как принять решение о занятии таким видом деятельности, нужно определить, к какому виду торговли (оптовой или розничной) относится продажа товаров через интернет-магазин. Продажа товаров через Интернет в соответствии с ОКВЭД представляет собой розничную торговлю, осуществляемую через телемагазины и компьютерные сети (код по ОКВЭД 52.61.2). Следовательно, правовые основы такого вида торговли урегулированы нормами параграфа 2 «Розничная купля-продажа» гл. 30 «Купля-продажа» Гражданского кодекса Российской Федерации [ 1 ].

В силу п. 3 ст. 492 ГК РФ к отношениям по договору розничной купли-продажи с участием покупателя-гражданина, не урегулированным ГК РФ, применяются нормы Закона Российской Федерации от 7 февраля 1992 г. № 2300-1 «О защите прав потребителей» [ 3 ].

Статьей 26.1 Закона № 2300-1 установлено, что договор розничной купли-продажи может быть заключен на основании ознакомления потребителя с предложенным продавцом описанием товара посредством каталогов, проспектов, буклетов, фотоснимков, средств связи (телевизионной, почтовой, радиосвязи и других) или иными исключаящими возможность непосредственного ознакомления потребителя с товаром либо образцом товара при заключении такого договора (дистанционный способ продажи товара) способами [ 3 ]. Поскольку при торговле через Интернет покупатель не имеет возможности непосредственно ознакомиться с самим товаром или его образцом при заключении договора, то виртуальная торговля относится именно к дистанционному способу продажи товаров и происходит на основании розничного договора купли-продажи, заключаемого между продавцом товара и покупателем.

Реализация товаров с использованием информационно-телекоммуникационной сети Интернет, в целях гл. 26.3 НК РФ, не относится к розничной торговле и не подпадает под налогообложение в виде ЕНВД [ 4 ]. В отношении предпринимательской деятельности, связанной с розничной продажей товаров через интернет-магазин, продавец может применять по выбору общую систему налогообложения или упрощенную систему налогообложения. Эти системы не дают продавцу права работать без применения ККТ. Организации и индивидуальные предприниматели обязаны выдавать покупателям (клиентам) отпечатанные контрольно-кассовой техникой кассовые чеки в момент оплаты.

Для торговли через Интернет необходимо создать виртуальную торговую площадку. Это касается как реально действующих торговых фирм, которые наряду с обычным способом продажи товаров намерены торговать дистанционно, так и тех, кто планирует заниматься исключительно торговлей через интернет-магазин.

Если в компании имеются необходимые специалисты, то создать свой сайт организация-продавец может собственными силами, если же таковых не имеется, то к созданию сайта придется привлечь специалистов со стороны. Если исключительные права на созданный сайт передаются подрядчиком продавцу, то при выполнении всех остальных условий, перечисленных в п. 3 Положения по бухгалтерскому учету «Учет нематериальных активов» (ПБУ 14/2007), учитывать такой сайт торговая компания будет в составе своих нематериальных активов [ 5 ]. Стоимость сайта, учитываемого в качестве НМА, будет погашаться постепенно посредством начисления амортизации. После того как сайт создан, торговая компания должна зарегистрировать его под своим доменом. Плата за первичную регистрацию сайта будет включена продавцом в первоначальную стоимость сформированного НМА. Чтобы созданная торговая площадка была доступна всем желающим, организация-продавец должна заключить договор с провайдером, который разместит этот сайт на своем сервере.

Сами операции по продаже товаров через Интернет отражаются в бухгалтерском учете продавца практически в том же порядке, как и при обычной продаже. При продаже товара по Интернету переход права собственности на товар от продавца к покупателю происходит именно в момент вручения товара последнему. Следовательно, и выручка в бухгалтерском учете продавца от продажи товара также отражается в момент вручения товара покупателю.

Компания вправе выбрать любой способ оплаты товаров пользователями интернет-магазина: оплата наличными курьеру; оплата банковской картой; оплата с использованием электронной платежной системы; оплата наложенным платежом при доставке товаров по почте.

При оплате наличными продавец товара обязан использовать контрольно-кассовую технику. Важно помнить, что осуществление расчетов с применением платежных карт не освобождает от обязанности применения ККТ. Не делать это можно только при условии выдачи бланков строгой отчетности. Во всех остальных случаях расчетов с использованием платежных карт, в том числе при продаже товаров через Интернет, применение ККТ является обязательным [ 2 ]. Интернет-магазин обязан выдать кассовый чек в момент оплаты товара.

При оказании услуг по доставке товара с выездом к покупателю проверяющие советуют применять компактную ККТ с автономным электропитанием из числа находящихся в Государственном реестре контрольно-кассовых машин.

Большинство интернет-магазинов работают через услуги интеграторов платежей: оплата банковской картой, электронными деньгами или отправкой СМС. Широкое применение имеет оплата электронными деньгами, для чего компании-продавцы открывают электронные кошельки (например WebMoney Transfer, ЯндексДеньги (PayCash), RBK Money, PayPal). Электронный кошелек относится к электронным средствам платежа (ч. 19 ст. 3 Федерального закона от 27.06.2011 г. № 161-ФЗ «О национальной платежной системе») [6].

Чтобы использовать электронные средства платежа, нужно заключить договор с оператором электронных денежных средств. Для этого нужно предъявить свидетельство оператору о постановке на налоговый учет. Оператор в течение трех дней со дня предоставления или прекращения упомянутого права обязан сообщить об этом своему налоговому органу. Оператором электронных денежных средств может быть только кредитная организация, имеющая право на осуществление переводов денежных средств, в том числе без открытия банковских счетов. Пополнить или вывести денежные средства своего электронного кошелька организация может только путем перечисления денег со своего банковского счета. При этом лимит остатка электронных денег в кошельке компании составляет 100 000 руб. [ 6 ].

#### Список литературы

1. «Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая)» от 30.11.1994 г. № 51-ФЗ (ред. от 05.05.2014 г.)
2. Деева Е.Н. Налоговые нюансы при торговле товарами через интернет-магазин // Российский налоговый курьер. 2014. № 4. С. 58 - 62.
3. Закон РФ от 07.02.1992 г. № 2300-1 (ред. от 05.05.2014 г. ) «О защите прав потребителей»
4. «Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая)» от 05.08.2000 г. № 117-ФЗ (ред. от 05.05.2014 г.)
5. Приказ Минфина РФ от 27.12.2007 № 153н «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Учет нематериальных активов» (ПБУ 14/2007)» (ред. от 24.12.2010 г.)
6. Федеральный закон от 27.06.2011 № 161-ФЗ «О национальной платежной системе» (ред. от 05.05.2014 г.)

# ОСОБЕННОСТИ АУДИТОРСКОЙ ПРОВЕРКИ УЧЕТА КОРМОВ В ЖИВОТНОВОДСТВЕ

Цыгулева С.Н., Ковалева Е.А.

Белгородский национальный исследовательский университет, г.Белгород, Россия

В настоящее время сельское хозяйство развивается с новой силой. Свиноводство является одной из главных отраслей сельского хозяйства России. Белгородская область является лидером в России по производству мяса свинины. Белгородские свиноводы полностью обеспечивают потребности региона в данной продукции, поставляют её во многие регионы страны. Свиноводству области обладает такими характеристиками, как углубление специализации и кооперации, применение прогрессивных технологий, поточное и ритмичное производство крупных объемов продукции. Перед различными службами организаций стоят актуальные задачи, в частности, мобилизация внутренних резервов, эффективное использование производственного потенциала, снижение себестоимости. При детальном изучении структуры себестоимости продукции свиноводства видно, что около 70% всех понесенных затрат на производство составляют затраты на корма для животных. Поэтому можно с уверенностью сказать, что правильно организованный аудит учета кормов является важным условием для усиления контроля за данным участком учета и снижением себестоимости продукции.

Рассматривая процесс планирования проверки, в целях проведения аудита кормов аудитор должен руководствоваться следующими документами: Об утверждении ПБУ «Учет материально-производственных запасов» (ПБУ 5/01), утв. Приказом Минфина РФ от 9.06.2001 № 119; «Об утверждении методических указаний по бухгалтерскому учету материально-производственных запасов» утв. Приказом Минфина РФ от 28.12.2001 № 44н; Методические рекомендации по сбору аудиторских доказательств достоверности показателей материально-производственных запасов в бухгалтерской отчетности, утв. Приказом Минфина РФ от 23.04.2004 и другие.

Аудитор должен изучить деятельность аудируемого лица и среду, в которой она осуществляется, включая систему внутреннего контроля, в объеме, достаточном для выявления и оценки рисков существенного искажения финансовой (бухгалтерской) отчетности, явившегося следствием ошибок или недобросовестных действий руководства и (или) работников аудируемого лица, а также достаточном для планирования и выполнения дальнейших аудиторских процедур[2].

Направления в аудите учета кормов:

1. Изучение положений учетной политики, связанной с материально-производственными запасами:
  - порядок учета приобретения, заготовления материально-производственных запасов;
  - порядок определения учетной цены материально-производственных запасов;
  - способы оценки материально-производственных запасов по их видам при списании.
2. Оценка степени надежности системы внутреннего контроля в отношении кормов.

Аудитор уделяет внимание проверке организации материальной ответственности, связанной с приемкой, хранением, отпуском кормов. В ходе осмотра мест хранения проверяется, своевременно ли оформляется прием и отпуск кормов, оформляются ли данные в первичных документах. В рамках данного направления аудитору уместно составить рабочий документ, представленный в Табл. 1.

3. Проверка полноты и своевременности оприходования кормов

Учитываются условия и формы расчетов с поставщиками, а именно - переход права собственности, выбранные варианты оценки данных материально-производственных запасов.

Таблица 1

Форма х-РД

Оценка степени надежности системы внутреннего контроля в отношении кормов

Аудируемое лицо: ОАО «XXX»

Аудируемый период: \_\_\_\_\_

Вопрос	Ответ аудитора	Отметка аудитора
Созданы ли условия, обеспечивающие сохранность кормов	да	
Кто осуществляет функции контроля сохранности и использования кормов	материально-ответственное лицо	
Производятся ли инвентаризации кормов, когда и сколько раз	да, 1 раз в год	

Проводятся ли проверки полноты и своевременности оприходования кормов	да	
Осуществляется ли контроль за обоснованностью норм расхода кормов в производстве	да	
Выявляются ли лица, виновные в перерасходе кормов	да	
Сличаются ли первичные данные о расходе кормов с данными отчетов об их движении, производственных отчетов	да	
Проверяется ли законность и целесообразность расходования кормов	да	

Аудитор \_\_\_\_\_ (Иванов А.А.)

В ходе документальной проверки устанавливается соблюдение правильности количественной и качественной приемки, проверяется правильность оформления актов.

4. Проверка инвентаризационной работы, подтверждение достоверности остатков по счету учета кормов. Как правило, инвентаризация кормов производится ежемесячно на основании приказов. Кроме того, производятся внеплановые инвентаризации при смене материально-ответственных лиц.

5. Проверка первичной документации по учету кормов. Поступление кормов в организацию оформляется приходным ордером. При списании кормов в свиноводстве оформляют ряд первичных документов.

Ежемесячно по каждому производственному участку свинокомплекса составляется ведомость расхода кормов по форме СП-20, которая является комбинированным накопительным документом, на основании которого проводят и выдачу (отпуск) кормов, и списание их в расход. Ведомость оформляется последним днем отчетного месяца на конкретную группу животных по видам кормов, с указанием средней фактической нормы кормления на одну голову и расчетом кормо – дней.

Справка о движении комбикорма отражает расход комбикорма за каждый день отчетного месяца. Учетный лист движения животных и расхода кормов по форме СП-48 предназначен для отражения всех ежедневных операций по движению животных и кормов по участку (бригаде). Документ заполняется начальником участка. На основании количества животных, отраженного в форме СП-48 на конец дня рассчитываются кормо-дни.

Выборочной проверкой форм СП-20 и СП - 48 аудитором должно быть установлено, что в обеих формах отражается фактическая передача кормов в производство, объемы списания, отраженные в формах, совпадают, расхождения по видам кормов не выявлены. Данные тождественности СП-20 и СП-48 оформляются в виде рабочего документа аудитора, представленном в Табл.2.

Таблица 2

Форма 1 –РД

Сверка данных форм СП-20 и СП – 48

Аудируемое лицо: ОАО «XXX»

Аудируемый период: \_\_\_\_\_

№	Вид корма	Количество корма согласно СП-48	Количество корма согласно СП-20	Отклонение (+,-)	Примечание
1.	СПК-1	1000	1005	5	
2.	...	...	...		
	Итого	...	...		

Аудитор \_\_\_\_\_ (Иванов А.А.)

Ежедневно производится замер остатков корма в бункерах путем оформления акта замера и справки о движении кормов за каждый день по номерам комнат, которые подшиваются к форме СП-48 за каждый день и являются подтверждением списания кормов по фактическому потреблению.

Проверка правильности арифметического расчета остатка кормов в бункерах может быть оформлена в виде рабочего документа, представленного в Табл.3.

Форма х – РД

Сверка правильности расчета остатка кормов в бункерах

Аудируемое лицо: ОАО «XXX»

Аудируемый период: \_\_\_\_\_

№ бункера	Название корма	Объем остатка комбикормов ( м <sup>3</sup> )	Плотность комбикорма	Остаток корма (кг.)		Отклонение (+; -)
				по данным акта замера бункеров	Расчет аудитора	
1	СПК-4	4,5	0,615	2,768	2,768	0
2	...	...	...	...	...	...
	Итого	...	...	...	...	...

Аудитор \_\_\_\_\_ (Иванов А.А.)

На выдачу кормов, находящихся в тарной упаковке, оформляется лимитно-заборная ведомость по каждой комнате содержания животных. Выдача остальных кормов оформляется требованиями-накладными формы М-11 [3].

Материальные отчеты по местам хранения кормов за отчетный период заполняются в произвольной форме.

6. Проверка аналитического регистра по счету учета кормов. Аудитору следует проверить такие документы, как оборотно-сальдовая ведомость, анализ счета (по счету учета кормов).

Таким образом, необходимо отметить, что аудиторская проверка кормов в свиноводческих организациях является довольно важным процессом в аудиторской деятельности, требует большой внимательности, знаний законодательных и нормативных актов, различных инструкций и положений с последующими изменениями. Проверка правильности учета кормов является одним из наиболее важных вопросов, т.к. корма занимают наибольшую долю в себестоимости продукции, которая в свою очередь является одним из оценочных показателей, определяющих качество работы предприятия.

#### Список литературы

1. «Об аудиторской деятельности» ФЗ от 30.12.2008 № 307-ФЗ (принят ГД ФС РФ 24.12.2008), (в ред. от 15.03.2014 г.).
2. Правило (стандарт) №8. Понимание деятельности аудируемого лица, среды, в которой она осуществляется, и оценка рисков существенного искажения аудируемой финансовой (бухгалтерской) отчетности (в ред. Постановлений Правительства РФ от 19.11.2008 N 863, от 27.01.2011 N 30)
3. Бычкова С.М. Бухгалтерский учет в сельском хозяйстве [Электронный ресурс]: Библиотека npre.ru Ресурс доступа: [http://www.npre.ru/delovaja\\_literatura/buhgalterskii\\_uchet\\_v\\_selskom\\_hozjaistve/p12.php](http://www.npre.ru/delovaja_literatura/buhgalterskii_uchet_v_selskom_hozjaistve/p12.php)

## СЕКЦИЯ №5.

### МАТЕМАТИЧЕСКИЕ И ИНСТРУМЕНТАЛЬНЫЕ МЕТОДЫ ЭКОНОМИКИ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.13)

#### ОЦЕНКА ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ЭЛЕМЕНТОВ МЕЗОЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ЭВОЛЮЦИОННОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ

Андреева Т.А.

Институт экономики и организации промышленного производства СОРАН, г.Новосибирск

Эволюционная экономика противостоит основному течению экономической теории, и в частности неоклассике.

Ученые выдвигают множество предположений, чтобы определить критерии «естественного» отбора экономических систем в ходе эволюции.

Обобщения идей сторонников эволюционной экономической теории позволяет выделить два принципа: онтологию эволюции и онтологию сложных систем.

Первый принцип говорит о том, что любая система способна эволюционировать во времени. Кроме того, она подчиняется механизму естественного отбора, в ней существуют механизмы передачи информации, присутствует наследственность и разнообразие.

Далее, экономика – это сложная система, представляющая собой совокупность малых и больших систем. Эта мысль лежит в основе второго принципа.

Р. Нельсон и С. Уинтер предложили микроэкономический подход, главной идеей которого является то, что изменения (инновации) зарождаются на уровне отдельных предприятий и в процессе взаимодействия распространяются на отрасль в целом, формируют новые условия хозяйствования. Предприятия не могут не реагировать на новые условия, поэтому выбирают новые стратегии поведения [2].

Использование эволюционного подхода предполагает использование математических моделей, которые способны анализировать неустойчивое поведение экономических систем.

Для перехода системы в устойчивое состояние необходимо пройти через состояние неустойчивости. Переход системы из одного устойчивого состояния в другое через неустойчивое состояние происходит за счет изменения значений управляющих параметров.

Управляющие параметры – постоянные величины, которые входят в эволюционное уравнение. Можно сказать, что управляющие параметры являются отражением процесса влияния самоорганизации системы или внешней среды на экономическую систему [4].

В данной работе использована модель анализа поведения отдельной фирмы, как элемента мезоэкономической системы, управляющими параметрами которой являются численность сотрудников и величина собственного капитала [3].

Фирма - это открытая, нелинейная система, которая обменивается с внешним миром информацией и обладает свойством внутренней самоорганизации. Роль внешней среды играет экономика региона.

Устойчивым состоянием для таких объектов является аттрактор «предельный цикл», т.е. периодическое движение с постоянными во времени характеристиками. Другими словами, развитие в сторону стационарности есть устойчивое состояние для подобных динамических систем.

Пусть фирма состоит из  $Y_1$  сотрудников, а ее собственный капитал равняется  $Y_2$ . Определим, существует ли устойчивое состояние для данной фирмы.

Для начала необходимо составить эволюционное уравнение фирмы. Его вид должен удовлетворять общему виду уравнений:

$$\frac{dY_i}{dt} = F_i(Y_1, \dots, Y_n), \text{ где } Y_i - \text{переменные; } F_i - \text{функция переменных, которая зависит от специфических}$$

особенностей системы;  $n$  - минимальное количество переменных, необходимых для описания эволюции системы.

Так как в качестве управляемых параметров выбраны число сотрудников и величина собственного капитала, то  $\frac{dY_1}{dt}$ ,  $\frac{dY_2}{dt}$  - скорость увеличения числа сотрудников и капитала фирмы соответственно

Эволюционный подход предполагает, что скорость изменения величины, являющейся переменной, пропорциональна «приросту» этой величины за исключением ее «потерь».

Следовательно, первая пропорция:

$$\frac{dY_1}{dt} = aY_2 - bY_1, \text{ где } a - \text{коэффициент, показывающий, какую часть капитала может выделить фирма}$$

на привлечение новых сотрудников;  $b$  - коэффициент, текучести кадров.

Вторая пропорция:

$$\frac{dY_2}{dt} = cY_2 - dY_1, \text{ где } c - \text{коэффициент эффективности вложения капитала; } d - \text{коэффициент}$$

пропорциональности, характеризующий величину затрат фирмы на сотрудников.

В итоге, система эволюционных уравнений фирмы выглядит так:

$$\begin{cases} \frac{dY_1}{dt} = aY_2 - bY_1; \\ \frac{dY_2}{dt} = cY_2 - dY_1; \end{cases}$$

Анализ системы уравнений начинается с нахождения стационарных состояний. У систем такого вида особая точка единственна, ее координаты — (0,0). Исключение составляет вырожденный случай.

Общее решение системы уравнений необходимо искать среди функций вида:  $Y_1(t) = Ae^{\lambda t}$ ,  $Y_2(t) = Be^{\lambda t}$ , где A, B,  $\lambda$  – некоторые неизвестные константы. Определив значения этих трех неизвестных, получим общее решение системы.

Данная система представляет собой алгебраическую систему однородных линейных уравнений относительно неизвестных A, B:

$$\begin{cases} (-b - \lambda)A + aB = 0 \\ -dA + (c - \lambda)A = 0 \end{cases}$$

Полученная система уравнений имеет ненулевое решение лишь в том случае, когда определитель, составленный из коэффициентов системы, равен нулю:  $\begin{vmatrix} -b - \lambda & a \\ -d & c - \lambda \end{vmatrix} = 0$ .

Раскрывая определитель, получаем характеристическое уравнение:

$$\lambda^2 + (b - c)\lambda + (da - bc) = 0$$

Проверим на устойчивость стационарных решений эволюционных уравнений. Итак, характеристические числа могут быть:

1. Действительными:
  - А) разных знаков,
  - Б) одного знака,
2. комплексно - сопряженными,
3. чисто мнимыми.

Эти случаи определяют тип поведения решения системы дифференциальных уравнений. Устойчивость зависит от знака величин  $\lambda_{1,2}$ , которые выражаются следующим образом:

$$\lambda_{1,2} = \frac{(c - b) \pm \sqrt{(c - b)^2 - 4(da - bc)}}{2}$$

От знака подкоренного выражения зависит, какие значения примут характеристические числа: действительные или комплексные. Рассмотрим все возможные варианты.

1. Если  $(c - b)^2 - 4(da - bc) > 0$ , то оба корня характеристического уравнения  $\lambda_{1,2}$  принимают действительные значения.

А) Пусть  $(da - bc) < 0$ .

Характеристические корни будут иметь разные знаки. Стационарное состояние в этом случае — неустойчивое, а тип поведения фазовых траекторий называется седло

Б) Пусть  $(da - bc) > 0$ .

Характеристические корни всегда будут одного знака.

Если  $c > b$ , то такой тип поведения фазовых траекторий называется неустойчивый узел,  $c < b$  (корни  $\lambda_{1,2} < 0$ ) – устойчивый узел.

В случае неустойчивого узла происходит увеличение количества сотрудников и увеличение величины собственного капитала. Фирма не сможет достичь устойчивой стационарной точки, в которой

$$Y_1 = Y_2 = 0.$$

Если фирма имеет развитие типа устойчивый узел, то в конечном итоге она достигнет состояния стационарности, так как траектория развития стремится к началу координат – стационарной точке.

2. Если  $(c - b)^2 - 4(da - bc) < 0$ ,

то оба корня характеристического уравнения принимают комплексно-сопряженные значения, то система находится в стационарной точке при условии  $c < b$ .

В данной ситуации стационарное решение является устойчивым фокусом, а фазовая траектория – спираль, сходящаяся к началу координат, поэтому число сотрудников уменьшается. Если число сотрудников уменьшается, то в определенный момент достигнет такого значения, начиная с которого фирма сможет

достойно оплачивать труд работников. Следовательно, у сотрудников количество причин для увольнений сокращается, и значение коэффициента  $b$  уменьшается.

Неравенство  $c > b$  порождает неустойчивый фокус, который представляет собой спираль, раскручивающуюся из стационарного решения, т.е. из начала координат.

Раскручивание можно характеризовать как рост числа сотрудников и капитала. Но может наступить такой момент, когда число сотрудников становится большим, и фирм будет не в состоянии оплачивать труд как раньше. Следовательно, перед руководством возникает необходимость сокращения количества сотрудников или снижения заработной платы. В частности, при сокращении заработной платы коэффициент текучести кадров будет увеличиваться.

Таким образом, в двух случаях фирма стремится к состоянию, которое характеризуется колебаниями числа сотрудников вокруг оптимального решения, зависящего от соотношения величин  $b$  и  $c$ . Это состояние и является аттрактором типа «предельный цикл».

3. Пусть корни характеристического уравнения принимают чисто мнимые значения. Решение  $Y_1(t)$  в этом случае совершает колебания вокруг стационарного значения, не удаляясь и не приближаясь к нему. Такой тип поведения фазовой траектории называется центр. Количество сотрудников фирмы и величина собственного капитала в данном случае не меняются в течение времени. Аналогичные рассуждения справедливы для функции  $Y_2(t)$ .

Данная модель формирует общий методологический подход, описывает возможности применения различных траекторий развития при анализе деятельности фирм.

#### Список литературы

1. Андреева Т.А. Анализ параметров устойчивости элементов мезоэкономических систем с использованием методов эволюционного моделирования // Инновационная экономика и промышленная политика региона (ЭКОПРОМ-2014) = Innovation economy and industrial policy of region (ECOPROM-2014) : труды междунар. науч.-практ. конф. 15-23 сент. 2014 г. / [под ред. А.В. Бабкина] ; РГНФ, ЦЭМИ РАН, С.-Петербург. гос. политех. ун-т [и др.]. - СПб. : Изд-во Политех. ун-та, 2014. - С. 433-44
2. Нельсон Ричард Р., Уинтер Сидней Дж. Эволюционная теория экономических изменений. – М.: Дело, 2002. – 538 с., с. 16].
3. Шаповалов В.И. Устойчивость средней фирмы: приближение двух параметров//Тезисы докладов конференции «Экономическая синергетика и антикризисное управление». Наб. Челны: Изд-во КПИ. 1999.

## ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ПРОВЕДЕНИЯ ФУНКЦИОНАЛЬНО-СТОИМОСТНОГО АНАЛИЗА

**Макарова А.А.**

ФГБОУ ВПО «Самарский государственный университет»

Функционально-стоимостной анализ – это технология, позволяющая оценить реальную стоимость продукта или услуги безотносительно к организационной структуре компании. Как прямые, так и косвенные расходы распределяются по продуктам и услугам в зависимости от объема ресурсов, требуемых на каждом из этапов производства. Действия, производимые на этих этапах, в контексте метода ФСА называются функциями.

Конечной целью использования функционально-стоимостного анализа будет являться поиск более экономичных с точки зрения потребителя и производителя вариантов какого-либо практического решения. Рассмотрим практическое применение функционально-стоимостного анализа.

#### 1. Подготовительный этап.

На данном этапе создаются наиболее благоприятные условия выполнения определенных аналитических исследований. Также выбирается будущий объект исследования, и временно группируются специалисты разных направлений для большего охвата всех инженерно-экономических и технологических особенностей исследуемого объекта. В случае отсутствия у специалистов знаний и навыков по ФСА их направляют на курсы изучения методики.

На подготовительном этапе происходит разработка подробного календарного плана по выполнению исследования, формируются нормативные документы, связанные с проведением ФСА. Таким документам могут являться: приказ руководителя на проведение анализа выбранного объекта, привлечение необходимых работников к выполнению данной работы, организация материальной заинтересованности работников по результатам анализа и много другое.

#### 2. Информационный этап.

Основной решаемой задачей здесь является сбор, изучение и составление разнородных данных об исследуемом объекте. Такие данные отражают условия производства, реализации и потребления товара, удерживают все экономическую информацию и новейшие преимущества, связанные с исследуемым объектом.

Информационный этап зачастую называют фундаментом ФСА, так как именно от полноты и достоверности информации об объекте зависит успех следующих этапов функционально-стоимостного анализа.

#### 3. Аналитический этап.

На этапе аналитики происходит детализация исследуемого объекта на функции, дальнейшая их классификация и расчет стоимости каждой из них, то есть идет создание функционально-стоимостной модели объекта.

В результате производимых исследований выявляются зоны с наибольшей концентрацией затрат или же наиболее интересные зоны с точки зрения задач ФСА. Далее формируются задачи усовершенствования исследуемого объекта с целью сокращения затрат на его производство и определяются дальнейшие направления исследования.

#### 4. Творческий этап.

На творческом этапе производится разработка способов упрощения и удешевления технологии и конструкции изделия. Также решаются задачи совмещения функций, возможности исключения лишних функций, удешевления некоторых элементов конструкции, уточняются различные варианты выполнения главных функций, происходит отбор наиболее практичных вариантов реализации.

В разработке подобных предложений принимает участие весь творческий коллектив. Все предложения регистрируются в доступном для всех желающих журнале. После этого происходит обсуждение и обоснование всех поступивших предложений участниками творческого коллектива. Существуют некоторые методы обоснования эффективности предложения, такие как метод «мозговой атаки», «мозгового штурма», синектический, морфологический, «Дельфы», ПАТТЕРН и другие методы.

Метод «мозговой атаки» предполагает формирование идей всеми членами экспертной группы в творческом споре путем личного контакта специалистов. Продолжительность каждого подобного заседания должна составлять не более 45 минут, продолжительность генерирования 1-2 минуты. На первом этапе критика вносимых предложений не допускается. Разновидностью метода «мозговой атаки» является «мозговой штурм». В методе «мозгового штурма» одна определенная группа экспертов выдвигает свои идеи, а другая группа их анализирует.

Синектический метод подразумевает под собой использование аналогий из других областей знаний и фантастики при формировании идей.

Метод «Дельфы» заключается в анонимном опросе специальной подобранной группы экспертов по заранее подготовленным анкетам с целью последующей статистической обработки материала. После подведения итогов опроса уточняется мнение экспертов по спорным вопросам. В результате проведенных мер обеспечивается переход от интуитивных форм мышления к дискуссионным.

Для метода «Дельфы» характерна обособленность в работе и независимое мнение каждого члена экспертной группы. В данном методе исключается влияние психологических факторов, например внушение, мнение большинства или авторитетных лиц.

Метод ПАТТЕРН означает помощь при планировании посредством количественной оценки технических данных. Сущность этого метода состоит в разбиении изучаемой проблемы на ряд подпроблем, отдельных задач и элементов, выстроенных в «дерево решений». Здесь выделяются коэффициенты важности каждого отдельного элемента, которые подлежат экспертной оценке. Оценки отдельных экспертов подвергаются открытому обсуждению. Метод ПАТТЕРН извлекает выгоду от делового взаимовлияния экспертов, не исключая негативные результаты конформизма.

Морфологический метод основан на применении морфологических матриц. При помощи таких матриц происходит системный поиск взаимосвязей между всеми элементами матрицы в рамках изучаемой задачи. В левой части морфологической матрицы приводятся все функции изучаемого объекта, а в правой части приводятся все возможные способы их осуществления.

На финальном этапе обсуждения из всего общего количества предложений должно оставаться только 2-3 наиболее перспективных, по мнению специалистов, вариантов усовершенствования объекта. Выбранные предложения необходимо более детально исследовать, иногда и путем экспериментальной проверки.

Творческий этап является решающим. В ходе именно творческого этапа происходит появление нового, более усовершенствованного объекта, выделяются его контуры.

#### 5. Исследовательский этап.

Основной задачей исследовательского этапа является экспериментальная проверка выдвинутых предложений. При осуществлении проверки производятся необходимые технические, технологические и экономические расчеты, идет проверка соответствия нового полученного варианта продукта условиям его использования потребителями. В случаях, когда расчетов бывает недостаточно, создают исследуемые образцы продукта и происходит их проверка с точки зрения условий доставки до потребителя и эксплуатации.

#### 6. Рекомендательный этап.

На данном этапе формируется окончательный выбор вариантов изменений объекта, не снижающий уровень его потребительских качеств. Происходит формирование необходимой документации для выбранного варианта усовершенствования, и согласуются все вносимые перемены с покупателями и поставщиками.

Для организации производства нового вида продукции или модели продукции, необходимо согласовать все вопросы с органами Госстандарта, пожарными, санитарными, экологическими и другими службами.

На данном этапе также разрабатываются планы и графики внедрения результатов анализа в производство. Нужная документация, носящая производственный характер, направляется технологическим, экономическим и другим заинтересованным службам.

#### 7. Этап внедрения.

Это заключительный этап всего цикла ФСА. По его завершению должны быть решены все вопросы и проблемы, которые связаны с организацией производства нового варианта анализируемого объекта. Для занятых в производстве специалистов должны быть проведены курсы повышения квалификации, специалисты творческого коллектива должны осуществлять контроль освоения нового варианта продукта.

Также на данном этапе подводятся результаты проведенной работы, формируется экономический эффект от ее выполнения, оформляется отчет об итогах анализа, находят решение вопросам материальной заинтересованности участников разработки и внедрения результатов ФСА.

Выполнение ФСА может существенно различаться в зависимости от индивидуальных особенностей исследуемого объекта и технологии его производства. Однако общие принципы методологии сохраняются и выполняются.

### Список литературы

1. Савицкая Г.В. «Анализ хозяйственной деятельности предприятия». Минск, ООО «Новое знание», 2000г.

## СЕКЦИЯ №6.

### МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.14)

#### ФИНАНСИРОВАНИЕ ОРГАНОВ МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ – ПУТИ РЕШЕНИЯ

**Сенченко П.В., Руденко И.А., Дауров А.А., Галин Р.Р.**

Томский Университет Систем Управления и Радиоэлектроники, г.Томск

Аналоги национальной системы платежных карт.

В середине прошлого года ввиду санкций, применяемых по отношению к Российской Федерации, несколько международных платежных систем, а именно Visa и MasterCard ограничили обслуживание пластиковых карт для ряда банков работающих на территории РФ. Вследствие чего был сформулирован и принят закон, регламентирующий создание Национальной системы платежных карт. Документ принуждает все международные платежные системы перевести свою деятельность по обработке информации, используемой при совершении платёжных операций на территорию РФ.

По состоянию на июнь 2015 года, в России завершена работа над созданием Национальной Системы Платежных Карт, она начала работать с 1 апреля текущего года. Первой к ней присоединилась международная

платежная система MasterCard, а также 76 российских банков. Все плановые мероприятия по внедрению, распространению и подключению выполняются строго по плану, который предусмотрен «дорожной картой». Национальная банковская карта получит название «Мир».

Создание НПС РФ не обошлось без опыта стран партнеров [1]. В связи с этим в статье были представлены аналоги и выделены основные показатели НСПК ряда других стран:

1. China UnionPay - единственная национальная платежная система Китая. Основана в 2002 году при поддержке Центрального банка КНР. Компания China UnionPay объединяет около 300 кредитных организаций в Китае и за его пределами. В ноябре 2010 года, карты UnionPay принимались и обрабатывались в 145 странах мира, количество банкоматов превысило 1 миллион штук.

Основной оборот на 2012 год приходился на внутренние операции. Из достижений UnionPay можно выделить первое место в мире по выпуску и количеству пластиковых карт. Совокупная деятельность по выпуску, открытию счетов и расчётно-кассовому обслуживанию клиентов при совершении операций с использованием UnionPay в мире достигла 3,4 миллиарда карт, на начало 2015 года выпущено более 4 млрд. карт, а по совокупному объёму транзакций UnionPay занимает первое место, обходя Visa и MasterCard [2].

2. Система БЕЛКАРТ - это совокупность юридических лиц, в том числе банков, а также правил и процедур, обеспечивающих осуществление эмиссии, эквайринга, процессинга, использование банковских платежных карточек и проведение расчетов по операциям с использованием БЕЛКАРТ. Система является составной частью платежной системы Республики Беларусь. На конец 2014 г. в обращении находится свыше 5,5 млн карточек, по которым ежемесячно совершается свыше 33 млн операций, с оборотом свыше 12 трлн. белорусских рублей.

Платежная система Белоруссии – это совокупность юридических лиц, в том числе банков, а также правил и процедур, обеспечивающих осуществление эмиссии, эквайринга, процессинга, использование банковских платежных карточек и проведение расчетов по операциям с использованием карточек БЕЛКАРТ.

Участниками системы в настоящий момент являются 23 крупных банка: включая ОАО «Белгазпромбанк», ОАО «БПС-Сбербанк», ОАО «Банк Москва-Минск», «Франсабанк» ОАО, ЗАО «БТА Банк ЗАО «Альфа-Банк».[3]

3. Национальная система массовых электронных платежей, НСМЭП - украинская банковская многоэмитентная платежная система массовых платежей, в которой расчеты за товары и услуги, выдача наличных денег и другие операции осуществляются с помощью платежных смарт-карт по технологии, разработанной Национальным банком Украины. Была запущена в феврале 2003 года. Сейчас членами системы являются 57 украинских банков. По состоянию на август 2010 года на Украине держателями карт НСМЭП являются 2,7 млн человек.

Расчеты и получение денежной наличности в системе НСМЭП осуществляются при помощи банковских платежных смарт-карт со встроенными чип-модулями.. Для оплаты картой через Интернет необходимо специальное недорогое устройство - кардридер. Существует ряд платежных интернет порталов, которые предоставляют возможность держателям карточек оплачивать различные услуги, а также осуществлять денежные переводы [4].

4. Национальная платёжная корпорация Индии - учреждённая резервным банком Индии материнская компания для государственных платёжных систем.

В 2005 году Совет по платёжным и расчётным системам одобрил создание, а резервный банк Индии выпустил документ, включающий предложение о создании материнской компании, объединяющей все розничные платёжные системы страны. Основной целью этого являлась консолидация и интеграция работы нескольких различающихся систем с различными уровнями обслуживания в унифицированный общенациональный и стандартный бизнес-процесс для всех розничных платёжных систем. Корпорация была зарегистрирована в декабре 2008 года и получила сертификат о коммерческой деятельности в апреле 2009 года [5].

Корпорация успешно завершила крупный проект по разработке национальной платёжной карточной системы, названной RuPay. Карты RuPay в настоящее время принимаются во всех банкоматах, POS-терминалах и торговых точках электронной коммерции государства. Разновидность этих карт под названием. Различными банками выпущено уже свыше 75 миллионов карт этой платёжной системы, и прирост эмиссии составляет около 3 миллионов штук в месяц.

5. Японское кредитное бюро – осуществляет деятельность НПС, штаб-квартира находится в японской столице Токио. Занимает третье место в мире среди платежных систем по количеству точек приема карт.

Компания была основана в 1961 году. Уже к 1968 году, благодаря приобретению Osaka Credit Bureau, JCB стало лидером рынка кредитных карт, которые сейчас выпускаются в 20 странах мира, а в 1972 году число эмитированных карт превысило 1 млн.

На данный момент JCB выпускаются в 20 странах, где, как правило, аффилировано с финансовыми институтами, имеющими лицензию на выпуск таких карт.

В США, JCB карты также используются как и карты платежных систем Visa, MasterCard, Discover или American Express. Для увеличения точек приёма карт в 2000г. JCB заключила партнёрское соглашение с American Express. В 2003, JCB и China UnionPay Co., Ltd. подписали соглашение о сотрудничестве, которое позволило картам JCB приниматься во всей сети China UnionPay в Китае [6].

Общее число пользователей системы составляет примерно 87 млн человек, приобретающих ежегодно товары и услуги на сумму в 62 млрд долларов. Карты принимаются к оплате в 28 млн. точек в 190 странах мира.

Проанализировав действующие национальные системы платежных карт можно выделить несколько лидеров в этом сегменте, а именно JCB, China UnionPay. Объёмы транзакций, по которым за последние несколько лет, достигли, а кое-где и превзошли международные платежные системы VISA и MasterCard. Учитывая политическую обстановку в мире, при создании национальной платежной системы в Российской Федерации необходимо ориентироваться на НПСК Китая, так как на сегодняшний день это один из основных партнеров РФ на геополитическом пространстве. Объёмы внутреннего рынка КНР не имеют аналогов в мире, соответственно стабильность работы системы говорит о многом. Анализируя доступную на сегодняшний день информацию можно сделать выводы, что к созданию НПС в РФ подошли со всей ответственностью и пониманием важности роли этого проекта для всей страны, поэтому результат будет отвечать всем поставленным целям и ожиданиям.

#### Список литературы

1. Сенченко П.В. Способы организации межведомственного информационного взаимодействия органов и организаций, исполняющих государственные функции / П.В. Сенченко, И.В. Лазарев // Доклады Томского государственного университета систем управления и радиоэлектроники. 2014. № 1 (31). С. 205-208.
2. UnionPay International [Электронный ресурс] URL: <http://www.unionpayintl.com/ru/> (дата обращения 21.04.15).
3. БЕЛКАРТ [Электронный ресурс] URL: <http://belkart.by/> (дата обращения 23.04.15).
4. MGB «Megabank» [Электронный ресурс] URL: <http://www.megabank.net/ru/nsmer/> (дата обращения 22.04.15).
5. Национальная платёжная корпорация Индии [Электронный ресурс] URL: <http://bestscare.ru/p/1537163.html> (дата обращения 26.04.15).
6. Банкирша [Электронный ресурс] URL: <http://bankirsha.com/jcb-japan-credit-bureau.html> (дата обращения 27.04.15).

## СЕКЦИЯ №7. БАНКОВСКОЕ И СТРАХОВОЕ ДЕЛО

### МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ОЦЕНКИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО КАПИТАЛА БАНКОВ

<sup>1</sup>Пономарев С.А., <sup>2</sup>Халилова М.Х.

<sup>1</sup>Аспирант кафедры теории кредита и финансового менеджмента

<sup>2</sup>Доктор экономических наук, профессор кафедры теории кредита и финансового менеджмента  
Санкт-Петербургский государственный университет

Экономический капитал может быть определен как совокупность методов и практик, которые позволяют на постоянной основе оценивать как принимаемый банками риск, так и величину капитала, необходимого для покрытия экономических эффектов, проявляющихся в результате ведения банком сопряженной с риском деятельности [8]. Всё чаще экономический капитал принимается банками в качестве неотъемлемой

составляющей процесса принятия управленческих решений различного уровня, что в свою очередь обуславливает появление ряда практических и методологических трудностей, с которыми сталкиваются как банки, так и надзорные органы.

Первоначально, экономический капитал был разработан банками в качестве инструмента по распределению капитала между внутренними подразделениями и оценке эффективности их деятельности. Для этих целей оценка экономического капитала сводилась в первую очередь к надежному и точному измерению отдельных рисков через относительные показатели, при этом уделялось меньшее внимание оценке совокупного уровня риска и капитала. Со временем, экономический капитал стал применяться в случаях, когда требовалась точная оценка величины капитала или уровня риска в абсолютных, а не относительных показателях, например для количественного определения необходимого банку внутреннего капитала. Такое развитие в использовании экономического капитала было обусловлено как внутренними потребностями менеджмента банков в вопросах управления капиталной базой, так и инициативами надзорных органов. Процессу эволюции подходов и введению практики применения банками концепции экономического капитала способствовало усложнение методологий по количественной оценке рисков и технологической инфраструктуры банков.

Несмотря на то, что среди банков имело место некоторое сближение в общем понимании концепции экономического капитала, с закреплением в соответствующих внутренних документах ключевых её положений, само понятие экономического капитала последовательно расширялось с течением времени. Главным образом, это касалось процессов определения базовых, лежащих в основе деятельности банка рисков, так называемых «building blocks», которые определяют общую структуру экономического капитала, а также вопросов о возможности применения и использования экономического капитала среди банков.

Экономический капитал может анализироваться и использоваться на различных уровнях: начиная от агрегирования показателей и оценок на уровне всего банка, заканчивая использованием применительно к отдельно взятым банковским подразделениям, продуктам, типам риска, вплоть до отдельно взятой позиции банковского портфеля.

Несмотря на видимый прогресс и успехи многих банков в процессе разработки собственных моделей экономического капитала, дальнейшее использование и признание получаемых в результате применения этих моделей оценок риска сопряжено со значительными трудностями и вопросами, которые носят как методологический характер, так и касаются непосредственного внедрения во внутренние процессы управления банком. Обусловлены эти проблемы рядом факторов. Так, трудности возникают на этапе определения наиболее подходящей банку модели экономического капитала и порядка её использования, что вызвано существенным разнообразием вариантов применения моделей экономического капитала, начиная от использования через отдельные внутренние подразделения и типы рисков, до использования в целях принятия управленческих решений на уровне всего банка и оценки общей достаточности капитала. Имеют место и методологические трудности, в частности, в вопросах касающихся агрегирования рисков, покрытия рисков капиталом, проверки адекватности получаемых значений, а также при учете рисков, количественная оценка которых сопряжена со значительными сложностями.

Существуют вопросы, относительно способности ряда моделей экономического капитала выполнять задачу по адекватному отражению эффективности работы внутренних подразделений и направлений банковского бизнеса, без которого невозможно обоснованное и эффективное формирование надлежащей системы мотивации и стимулов для отдельных бизнес-линий или внутренних подразделений банка.

Другой проблемой является возможность потенциального несоответствия покрытия капиталом принимаемых рисков, в частности при оценке рисков в структурированных кредитных продуктах.

Ещё одним фактором, обуславливающим проблемы при использовании получаемых в результате применения моделей экономического капитала значений оценок риска является вопрос о возможности и способности любой отдельно взятой методики оценки риска адекватно отразить и учесть весь комплекс сложных аспектов, присущих банковским рискам.

Не менее важным остается вопрос о фактической способности моделей экономического капитала выйти за рамки использования в качестве общей меры в процессе относительной оценки риска и производительности, и выступать в качестве надежного инструмента по определению степени адекватности абсолютных значений капитала банка.

Многие структурные составляющие экономического капитала являются сложными элементами в процессе внутреннего менеджмента банка и ставят перед надзорными органами и банками новые задачи. Разработка адекватных решений, отвечающих вызовам, поставленным перед мировым банковским сообществом, требует особого внимания и усилий на всех уровнях, начиная от наднационального, в частности на площадке Базельского комитета по банковскому надзору, заканчивая усилиями и наработками отдельно

взятых банков. Включение в компонент базельского соглашения, посвященный надзорному процессу, оценки используемых в банках подходов по определению экономического капитала является логичным продолжением работы в указанном направлении.

Надзорные органы должны быть заинтересованы в продвижении и стимулировании банков к разработке и внедрению надежного, прозрачного и эффективного риск-менеджмента, что во многом требует глубокого понимания принципов, лежащих в основе концепции экономического капитала.

Следует подчеркнуть, не менее важное значение имеет понимание руководством банков того, что разработка и внедрение собственных методик по оценке экономического капитала не может носить формальный характер как ответ на очередные вводимые регулятором требования, поскольку экономический капитал разрабатывался, внедрялся и использовался отдельными финансовыми институтами, в частном порядке, прежде всего для внутренних целей по совершенствованию риск-менеджмента банка. Более того, отдельное внимание должно быть уделено важности понимания связи между совокупным экономическим капиталом банка и его структурными элементами, ровно как и ключевому значению согласованной и последовательной манеры проведения их оценки.

#### **Список литературы**

1. Basel III definition of capital - Frequently asked questions, BCBS, Jun 2011
2. Basel III regulatory consistency assessment programme, BCBS, Basle, 2012
3. Basel III: A global regulatory framework for more resilient banks and banking systems.- BCBS, Basel, 2011. – 69 p.
4. Core Principles for Effective Banking Supervision, BCBS, Basle, 2012 - 84 p.
5. Definition of capital disclosure requirements, BCBS, Basle, 2012 – 25p.
6. International Regulation of Banking: Capital and Risk Requirements by Simon Gleeson. – Hardcover, 2010.
7. Progress report on Basel III implementation, BCBS, Basle, 2012
8. Range of practices and issues in economic capital frameworks, BCBS, Basle, 2009
9. Results of the Basel III monitoring exercise as of 31 December 2011, BCBS, Basle, 2012
10. Халилова М.Х., Белоусова А.А. Достаточность собственных средств (капитала) банка: оценка и прогноз // Экономика и предпринимательство. 2014. №12-4 (53-4). С. 516-519.
11. Халилова М.Х., Полюнов С.М. Индикаторы финансовой устойчивости банка // Финансовый мир. 2014. С. 60-67.

### **СЕКЦИЯ №8.**

#### **ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ В СОВРЕМЕННОМ МЕНЕДЖМЕНТЕ**

### **СЕКЦИЯ №9.**

#### **ВОПРОСЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ**

### **СЕКЦИЯ №10.**

#### **МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА И МЕЖДУНАРОДНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОТНОШЕНИЯ**

##### **АНАЛИЗ ИНВЕСТИЦИОННОГО СОТРУДНИЧЕСТВА СТРАН В ОБЛАСТИ ЭКОНОМИКИ**

**Удалов О.Ф., Бодрикова О.А., Второв В.В.**

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского, г.Нижний Новгород

В настоящее время под влиянием глобализации мировой экономики возрастает экономическая взаимозависимость государств, происходит расширение интеграционных объединений и переход к новым формам взаимодействия, обостряется международная экономическая конкуренция между странами. Международная экономическая интеграция в настоящее время является неотъемлемым феноменом мировой экономической

жизни, расширяются ее масштабы и усложняются формы, увеличивается количество стран, активно участвующих в этом процессе. Прослеживается прямо пропорциональная зависимость между степенью участия государства в интеграционных процессах и уровнем развития его экономики.

В целях развития сотрудничества в политической, торгово-экономической, научно-технической, энергетической, транспортной, экологической, культурной, образовательной и других областях была создана Шанхайская организация сотрудничества (ШОС).

С точки зрения внешней политики ШОС необходима для стран Центральной Азии, так как членство в общепризнанной международной организации улучшает их позиции среди других стран мира. Государства этой организации имеют разный уровень развития, различные экономические базы, методы и ориентиры. В данном случае для достижения согласованного сотрудничества на политическом и экономическом уровне потребуются сильная политическая воля, выполнение обязательств и способность руководства государств-членов реализовывать цель регионального сотрудничества.

В настоящее время ШОС играет важную роль в экономическом разделе сфер влияния в Центральной Азии, а также выполняет функцию действенного инструмента региональной экономической интеграции. Все страны-участницы организации и наблюдатели заинтересованы в дальнейшем повышении активности экономического сотрудничества в рамках ШОС с учетом своих национальных интересов. Основой ШОС является «Шанхайская пятерка», история которой началась с практической инициативы по укреплению доверия и сокращения военной силы в приграничных районах КНР с Россией, Казахстаном, Киргизией и Таджикистаном [1].

Для государств-участниц ШОС важно региональное сотрудничество в сфере экономики, что предполагает упрощение условий торговли и инвестирования, включая улучшение инфраструктуры, выравнивание таможенных пошлин и тарифов, чтобы достичь экономического роста. В 2003 году была принята долгосрочная программа, рассчитанная до 2020 года.

В странах с разным уровнем экономического развития прямые иностранные инвестиции играют важную роль. Важны мотивы иностранных инвесторов и те цели, которые стоят перед принимающей стороной, а также проводимая политика правительства по отношению к иностранным инвесторам. Значение ПИИ для стран-реципиентов велико, так как сопровождается передачей новых технологий и применением новых, более современных управленческих решений. [2] Для того, чтобы показать роль прямых иностранных инвестиций в экономике государств-участников ШОС и на мировом рынке инвестиций, проанализируем ряд показателей, характеризующих роль ПИИ в экономике страны.

Показательный индекс прямых иностранных инвестиций ранжирует страны ШОС в зависимости от количества получаемых ими прямых иностранных инвестиций относительно ВВП:

$$\text{Показательный индекс ПИИ (приток инвестиций)} = \frac{\text{ПИИ}_i / \text{ПИИ}_m}{\text{ВВП}_i / \text{ВВП}_m},$$

где  $\text{ПИИ}_i$  – приток ПИИ в  $i$ -ую экономику,  $\text{ПИИ}_m$  – общемировой приток ПИИ,  $\text{ВВП}_i$  – ВВП  $i$ -ой экономики,  $\text{ВВП}_m$  – общемировой ВВП.

Для оценки данного показателя важны не только размеры национального рынка, но и деловой климат, экономическая стабильность, наличие природных ресурсов, инфраструктура, квалификация трудовых ресурсов и используемые технологии, инвестиционный климат и результаты политики по привлечению прямых иностранных инвестиций. В Табл.1 представлены места семи стран-членов ШОС по занимаемым ими местам в мире, ранжированные на основе значений показательного и потенциального индекса ПИИ.

Таблица 1

Место стран ШОС по показательному и потенциальному индексу ПИИ [3]

Экономики	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.
	Ранжирование по показательному индексу					
Россия	62	65	60	58	56	57
Китай	97	83	86	84	82	79
Казахстан	18	9	25	24	22	23
Узбекистан	92	77	74	74	73	71
Киргизия	37	51	36	34	33	34
Таджикистан	110	109	117	114	114	113

	Ранжирование по потенциальному индексу					
	9	8	8	7	7	6
Россия	9	8	8	7	7	6
Китай	30	27	26	25	25	23
Казахстан	44	54	53	50	49	47
Узбекистан	109	106	105	104	103	101
Киргизия	97	90	91	89	88	88
Таджикистан	110	109	110	111	109	108

Самое высокое место среди стран ШОС занимал Казахстан – 23 позиция среди стран мира по итогам 2013 года. Важно отметить, что за рассматриваемый период эта позиция значительно колебалась от 25 места в 2010 году до 9 места в 2009 году.

Высокое место по этому показателю занимала Россия. В 2008 году была на 62 месте, а в 2013 году на 57 позиции. Важно подчеркнуть, что хотя у России показательный индекс ПИИ за рассматриваемый период и колебался, в целом в мировом табеле о рангах можно проследить тенденцию улучшения позиции России.

Для анализа инвестиционной привлекательности экономик ШОС важен также потенциальный индекс прямых иностранных инвестиций. Этот показатель учитывает большое число факторов, которые влияют на экономическую привлекательность национальной экономики для иностранных инвесторов. Данный индекс – это среднее арифметическое показателей (в диапазоне от 0 до 1), которые характеризуют экономику исследуемой страны: ВВП на душу населения; темпы роста ВВП (за последние 10 лет) и перспективы роста; доля экспорта экономики в ВВП; доля экономики в мировом экспорте природных ресурсов; доля средств, выделяемых на НИОКР в ВВП; доля экономики в мировом притоке ПИИ (инвестиционный климат).

Ранжирование экономик ШОС по потенциальному индексу ПИИ позволяет сделать вывод, что самыми привлекательными для иностранного инвестирования являются Россия и Китай. За период 2008-2013 годов по потенциальному индексу инвестирования ПИИ стабильно самую высокую позицию в ШОС занимала Россия: в 2008 году – 9, в 2011 году – 7, а в 2013 году поднялась даже на 6 позицию. Следовательно, из стран ШОС Россия является одной из наиболее привлекательных для иностранного капитала. Позиции, которые занимают страны-участницы ШОС по показательному и потенциальному индексам прямых иностранных инвестиций, коррелируют с притоком инвестиций в экономику этих государств (Табл.2).

Таблица 2

Приток ПИИ в страны-участницы ШОС, млн. долл. в 2008-2013 годах [3]

Страны	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Россия	74 783,0	36 583,0	43 168,0	55 084,0	51 416,0	79 262,0
Китай	108 312,0	95 000,0	114 734,0	123 985,0	121 080,0	123 911,0
Казахстан	14 321,8	13 242,5	11 550,7	13 903,0	14 022,1	9 738,5
Узбекистан	711,3	842,0	1 628,0	1 467,0	1 094,0	1 077,0
Кыргызстан	377	189,4	437,6	693,5	372,2	757,6
Таджикистан	375,8	15,8	15,8	11,1	289,9	107,8

На основе показательного и потенциального индексов инвестирования ПИИ и применяя методику ЮНКТАД, была построена матрица интегральной инвестиционной привлекательности прямых иностранных инвестиций государств-участников ШОС (Табл.3)

Таблица 3

Матрица интегральной инвестиционной привлекательности ПИИ стран ШОС 2012-2013 годах [3]

	Высокий показательный индекс ПИИ	Низкий показательный индекс ПИИ
Высокий потенциальный индекс ПИИ	Передовые экономики Россия, Китай	Малоперспективные Узбекистан
Низкий потенциальный индекс ПИИ	Перспективные Казахстан, Кыргызстан	Непривлекательные Таджикистан

Согласно данным Табл.3 Россия благодаря высокому потенциальному индексу ПИИ входит группу передовых стран ШОС. Важно отметить, что потенциал ШОС далеко не исчерпан, организация приобретает необходимый авторитет не только в регионе, но и в мире в целом. Несмотря на имеющиеся проблемы и

противоречия следует признать, что на сегодняшний день Шанхайская организация сотрудничества из всех существующих межгосударственных объединений в регионе, является необходимой и перспективной, прежде всего для государств Центральной Азии.

Таким образом, проведенный выше анализ деятельности стран-участниц ШОС позволяет определить направления инвестиционного сотрудничества России со странами ШОС и выявить основные тенденции их дальнейшего развития.

#### Список литературы

1. Шанхайская организация сотрудничества: экономическая интеграция и национальные интересы / Под общ. ред. акад. РАН А.И. Татаркина, акад. РАН В.А. Черешнева Екатеринбург: УрО РАН, 2010, 295 с.
2. Удалов О.Ф., Бодрикова О.А., Камина А.Н. Влияние иностранных инвестиций на инновационное развитие экономики России // Креативная экономика, 2014. №9 (93). С.12-19
3. <http://www.unctad.org/Templates/Page.asp?intItemID=2443&lang=1>

## СЕКЦИЯ №11. МАРКЕТИНГ

### КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ГОСТИНИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ РОССИИ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОГО СПАДА

Кандыба Р.А.

ФГБОУ ВПО «Пятигорский государственный лингвистический университет», г.Пятигорск

Рост количества гостиничных предприятий в России, повышение качества гостиничных услуг, освоение российского рынка зарубежными гостиничными цепями приводит к постоянному усилению конкуренции в сфере гостиничной индустрии. Экономический спад в России, выражающийся в сокращении ВВП, увеличении темпов инфляции, девальвации рубля, снижении инвестиционной активности, сокращении реальных доходов населения приводит, с одной стороны, к снижению темпов строительства и ввода в эксплуатацию новых гостиничных предприятий, что способствует снижению темпов роста конкуренции; с другой стороны, экономический спад, приводя к падению спроса на гостиничные услуги вследствие сокращения числа поездок как с деловыми целями, так и с целями отдыха, ведет к усилению конкуренции между гостиничными предприятиями, стимулирует их к реализации мер по завоеванию лояльности клиентов, пользующихся их услугами, и привлечению новых.

Российские авторы рассматривают конкурентоспособность гостиничных предприятий, опираясь на базовое понятие конкурентоспособности, разработанное такими классиками американской экономической науки, как М. Портер [6] и Ф. Котлер [1]. В самом общем виде конкурентоспособность можно понимать как способность выдерживать конкуренцию в сравнении с аналогичными объектами на данном рынке [9:23]. Л.А. Кошелева, Е.А. Кошелева понимают конкурентоспособность предприятия гостиничного хозяйства как «его способность к формированию конкурентных преимуществ, позволяющих реализовывать качественные услуги размещения и питания и обеспечивать экономическую эффективность» [3: 72]. Полагаем, что данное определение не учитывает все возможные конкурентные стратегии гостиниц. Некоторые гостиничные предприятия могут ограничиться услугами размещения и питания, снижая тем самым издержки и стоимость размещения. Подобной стратегии придерживается гостиничная сеть Holiday Inn Express, отели уровня 3\* формата limited service, которые предоставляют проживание и завтрак, включенный в стоимость номера, а также ограниченный набор необходимых услуг, при отсутствии мини-баров, рум-сервиса, ресторана, работающего в течение всего дня, конференц-залов [2: 26]. Большинство современных гостиничных предприятий, особенно уровня 4\* и 5\*, стремятся предложить разнообразные пакеты дополнительных услуг. А.А. Черкасова отмечает, что наличие широкого спектра услуг является одним из важнейших конкурентных преимуществ. Дополнительными услугами могут пользоваться и сторонние клиенты, не проживающие в гостинице, что позволяет предприятию получать дополнительный доход [8]. Таким образом, определяя конкурентоспособность гостиничного предприятия, следует говорить о качественном размещении, питании и сопутствующих услугах.

Оценивая конкурентоспособность гостиничного предприятия, необходимо верно выбрать базовые объекты для сравнения. О.Л. Лебедь справедливо утверждает: «Конкурентоспособность отеля – понятие относительное: один и тот же отель в рамках, например, региональной группы отелей может быть признан конкурентоспособным, а в рамках отраслей мирового рынка или его сегмента – нет» [4: 66]. При выборе объекта сравнения необходимо учитывать такие факторы, как обслуживание сравниваемыми предприятиями сходных категорий потребителей, идентичный или близкий ценовой сегмент предоставляемых услуг.

Анализируя гостиничный рынок Санкт-Петербурга, Е.В. Печерица утверждает, что гостиницы категории 5\* являются лидерами рынка. Считаем, что назвать данную категорию гостиниц лидерами рынка без дополнительных уточнений не совсем корректно. Гостиницы категории 3\* обладают в Санкт-Петербурге номерным фондом, значительно превосходящим 5-звездочные отели, коэффициент загрузки у гостиниц 3\* также выше, чем у гостиниц 5\* [7]. Гостиницы категории 5\* лидируют на рынке по таким показателям, как, например, доходность с одного номера, по внедрению передовых технологий обслуживания клиентов, по уровню материально-технической базы. Но гостиницы категорий 3\* и 5\* никогда не будут прямыми конкурентами, поскольку обслуживают совершенно разные категории потребителей, отличающиеся прежде всего по таким показателям, как уровень дохода и требования к уровню оказываемых услуг.

Полагаем, что при сравнении различных гостиниц возможно выделить непосредственную конкурентоспособность, то есть достоинства и недостатки предприятия в сравнении с аналогичными организациями в данном населенном пункте или регионе, когда конкретный потребитель может сделать свой выбор в пользу одного из них, и опосредованную конкурентоспособность, то есть сравнение гостиничных предприятий со сходными характеристиками, находящимися в различных регионах, не конкурирующих между собой за конкретных потребителей. Оценка опосредованной конкурентоспособности позволяет выявлять, насколько деятельность предприятия соответствует требованиям времени в целом, в контексте развития гостиничного бизнеса той или иной страны или даже отдельных регионов мира.

Для получения конкурентных преимуществ гостиничные предприятия могут адаптировать базовые конкурентные стратегии, предложенные М. Портером: абсолютное лидерство в издержках, дифференциация, фокусирование [6].

В вопросе снижения издержек первенство принадлежит сетевым гостиничным предприятиям за счет стандартизации, унификации, организации оптовых закупок продуктов, оборудования, расходных материалов. Одна из мер по снижению издержек, предпринятая гостиничной сетью Holiday Inn Express – нахождение в гостиницах только операционного персонала и управление ими из единого центра [5].

У индивидуальных гостиниц больше возможностей для реализации стратегии фокусирования на определенных группах потребителей и предоставление услуг, соответствующих их индивидуальным потребностям. Каждая гостиница должна принять стратегическое решение, стоит ли ей ориентироваться на широкую или узкую специализацию, то есть предоставлять обычный набор услуг или фокусироваться на определенных группах потребителей в зависимости от их возраста, цели приезда, стиля жизни. Примером стратегии фокусирования могут быть услуги хостела: предоставление койко-мест в многоместных номерах с низкой стоимостью размещения. Данный вид услуг ориентирован на достаточно узкий сегмент потребителей: общительную молодежь, любящую компании и стремящуюся к новым знакомствам.

Стратегия дифференциации, предполагающая выделение услуг предприятия из общей массы аналогичных предложений за счет их более высокого качества и эксклюзивности в наибольшей степени подходит для гостиниц категорий 4\* и 5\*, поскольку предполагает оправданно высокую стоимость данных услуг. Стратегия дифференциации может реализовываться различными способами с учетом расположения гостиницы (например, в историческом центре города или вблизи известных достопримечательностей), особенностей здания гостиницы (исторической ценности, особого архитектурного решения). Дифференциация услуг может достигаться за счет особенностей материально-технической базы, путем использования эксклюзивной мебели или электроники с инновационными технологиями, за счет создания и поддержания имиджа гостиничного предприятия (престиж, безупречный сервис) и т.д.

Одним из способов достижения конкурентных преимуществ в условиях перехода к постиндустриальной экономике является использование в гостиничном бизнесе так называемых «зеленых» технологий, то есть экологически безопасных технологий, сберегающих окружающую среду. «Зеленые» технологии могут использоваться в стратегии снижения издержек. Например, замена люминесцентных ламп, содержащих ртуть, на экологически безопасные светодиодные лампы в конечном счете приведет к снижению расходов за счет большей энергоэффективности и большему сроку службы последних.

Данные технологии также могут найти применение при реализации стратегии фокусирования, когда гостиница ориентируется на запросы клиентов, проявляющих заботу об окружающей среде. В стратегии

дифференциации «зеленые» технологии могут найти применение при организации эксклюзивного питания на основе продуктов, произведенных особыми фермерскими хозяйствами без использования химических добавок и т.д.

Итак, экономический спад в России приводит к усилению конкуренции в гостиничной отрасли, поскольку вызывает снижение спроса на гостиничные услуги.

Для объективной оценки конкурентоспособности гостиничного предприятия необходимо выбирать объекты для сравнения, ориентированные на сходные категории потребителей, работающие в идентичном или близком ценовом сегменте. Полагаем, следует разделять непосредственную конкурентоспособность, выявляемую при сравнении гостиничных предприятий одного населенного пункта или региона, определяющую положение предприятия на местном или региональном рынке, и опосредованную, позволяющую при сравнении гостиничных предприятий со сходными характеристиками, находящимся в различных регионах, оценивать соответствие деятельности гостиничного предприятия требованиям времени.

Разрабатывая конкурентную стратегию, каждому гостиничному предприятию следует сделать выбор в сторону широкой или узкой специализации. Гостиницы применительно к своей сфере деятельности могут адаптировать различные конкурентные стратегии, в частности, предложенные М. Портером: абсолютное лидерство в издержках, дифференциация, фокусирование. В вопросе снижения издержек первенство принадлежит сетевым гостиничным предприятиям, у индивидуальных гостиниц больше возможностей для реализации стратегии фокусирования на определенных группах потребителей, стратегия дифференциации в наибольшей степени подходит для гостиниц категорий 4\* и 5\*.

#### Список литературы

1. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс. 2-е изд. – СПб.: Питер, 2006, 2006. – 464 с.
2. Кошелева А.И. Международный опыт и тенденции развития гостиничных предприятий среднего ценового сегмента в РФ // Современные технологии управления. – 2014. - № 6 (42). – С. 23 – 27.
3. Кошелева Л.А., Кошелева Е.А. Факторы, влияющие на конкурентоспособность предприятия гостиничного хозяйства // ИНТЕЛЛЕКТ. ИННОВАЦИИ. ИНВЕСТИЦИИ. – 2014. - № 1. – С. 71 – 74.
4. Лебедь О.Л. Управление конкурентоспособностью гостиничного предприятия: теория и практика // Вестник Алматинского технологического университета. – 2013. - № 4. – С. 65 – 68.
5. Либинсон. А.В. В России пришло время строить отели с доступной ценой // Современный отель. – 2012. - № 7. – URL: <http://www.hotelexecutive.ru/article.php?numn=6265>.
6. Портер М. Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов. – М.: Альпина паблишер, 2011. – 453 с.
7. Строящиеся гостиницы Санкт-Петербурга. – URL: [http://datahomes.ru/novosti\\_stroitelstva/obzor/stroyashhiesya-gostinicy-v-sankt-peterburge.html](http://datahomes.ru/novosti_stroitelstva/obzor/stroyashhiesya-gostinicy-v-sankt-peterburge.html).
8. Черкасова А.А. Адаптация гостиничных предприятий к изменениям в конкурентной среде // Сервис в России и за рубежом. – 2014. - № 7 (54). – С. 60 – 68.
9. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 312 с.

## МАРКЕТИНГОВЫЕ ОСНОВЫ ВНЕДРЕНИЯ ИННОВАЦИЙ В ДОЛГОСРОЧНОМ РАЗВИТИИ ХОЗЯЙСТВУЮЩИХ СУБЪЕКТОВ

**Каткова Т.В. к.э.н., доцент кафедры экономики и менеджмента**

Российский государственный гидрометеорологический университет, г.Санкт-Петербург, РФ

Маркетинг должен играть важную роль в развитии компании, внедрении инноваций и выводе на рынок новых продуктов. Инновации являются движущей силой развития компаний. Руководители предприятий понимают, что инновационное развитие, и как его результат вывод на рынок новых продуктов, создает для предприятия возможность получения прибыли в долгосрочном периоде.

Маркетологи, как правило, совершают ошибки, занимаясь вопросами внедрения инноваций, наиболее интересных для руководителей компаний. Они зачастую истолковывают понятие «инновация» слишком узко, просто как разработку нового продукта. А также традиционно большинство маркетологов считают, что эта работа должна начинаться с исследования запросов потребителя. Однако такой подход ведет к простому

следованию законам рынка, и его результатом, как правило, становится поверхностное улучшение продукта, а не создание качественно новых решений в бизнесе.

Для того, чтобы инновации стали составной частью каждого нового продукта, услуги или процесса работы, необходимо внедрение кардинально новых идей, которые изменят принципы рынка. Подобные инновации, меняющие принципы рынка, должны создавать у клиента новые запросы, в то время как различны новшества, следующие законам рынка и удовлетворяют уже существующие потребности покупателя. Необходимо соблюдать оптимальный баланс между удовлетворением существующих запросов клиентов и изучением новых потребностей. В то же время не следует отходить слишком далеко от тех нужд, которые есть у потребителей сегодня.

В большинстве компаний с помощью маркетинга традиционно решают тактические вопросы на основе концепции «четырёх Р». Поэтому маркетингу предназначается роль на уровне стратегических бизнес-единиц. Отдел маркетинга не становится партнером руководителя в разработке стратегии компании, а чаще всего берет на себя работу по краткосрочному стимулированию спроса. По этой причине очень редко корпоративному маркетингу придается большое значение. Вместо того чтобы создавать ценность для потребителей на долгосрочную перспективу и вносить свой вклад в формулу успеха компании, маркетологи пытаются увеличить долю рынка и продаж. Они используют краткосрочные приемы, которые увеличивают количество промоакций, нагружают продавцов, переключают работу по учету товара на дистрибьюторов. Такой подход дает лишь нестойкие результаты и на очень короткое время.

Причина низкой продуктивности отделов маркетинга часто скрывается в чрезмерном использовании краткосрочных тактических приемов и излишнем внимании только лишь к привлечению клиентов и увеличению доли рынка. В то же время мало внимания обращается на прибыль. А руководители компаний все больше сомневаются в том, приносит ли маркетинг какие-либо плюсы вообще.

Руководители хотят видеть отдел маркетинга в качестве стратегического партнера, и во многих компаниях вводят должность директора по маркетингу, так как маркетологи на уровне стратегических бизнес-единиц не имеют достаточного влияния, для того чтобы стать лидерами маркетинговых проектов, затрагивающих несколько стратегических бизнес-единиц. Инициативы по развитию, такие как усовершенствование портфеля брендов, кардинально новые идеи, меняющие рынок, продажа решений или глобальное партнерство по распространению требуют, чтобы в качестве их движущей силы выступал корпоративный маркетинг.

Распространенное во многих компаниях мнение, что маркетинг выполняет только частные задачи, является серьезной проблемой для корпоративного маркетинга. Маркетологи должны показать, что они могут создавать ценности, управляя общей стратегией компании в партнерстве с руководителями, и в то же время поддерживать законные интересы стратегических бизнес-единиц компании, имеющих локальное значение.

В настоящее время для повышения эффективности компании необходимо воспитание уважения к потребителю на уровне каждого подразделения. Некоторые руководители ошибочно полагают, что если они наймут маркетологов мирового класса из других компаний, то это принесет им успех на рынке. Со своей стороны, маркетологи жалуются на непонимание со стороны руководства, которое недостаточно глубоко вникает в вопросы продаж и маркетинговой работы; а также на то, что в них видят только главного оператора по ценообразованию, благодаря которому продукты компании выдерживают конкуренцию. Между тем, уже отставшей от рынка организации невозможно привить маркетинговые навыки. В многих компаниях мирового уровня работают первоклассные маркетологи, но их деятельность приносит успех потому, что вся компания, в том числе и высшее руководство, работает на потребителя. Для того, чтобы не потерять связь со своими клиентами, понимать их запросы, руководству компаний необходимо смотреть на свою работу глазами потребителя. Каждому руководителю необходимо защищать интересы клиента, контролируя качество, постоянно проверять работу всех подразделений своей компании и ориентировать их работу на потребителя.

Каждый сотрудник организации, в том числе и маркетолог, должен стремиться к увеличению прибыли. Если прибыль начнет снижаться, компания не сможет обслуживать клиентов или привлекать ресурсы для их приумножения. Показатели продажи и прибыли естественно говорят о том, насколько хорошо фирма работала в прошедший период. Сюда же нужно добавить маркетинговые показатели – такие как ценность торговой марки, удовлетворенность клиента и его доверие. Таким образом выстраивается картина сегодняшнего состояния компании и появятся контуры перспективного развития. Выстроив по-настоящему важные маркетинговые показатели, можно добиться того, что инвестиции в маркетинг будут служить конечной цели – удовлетворению потребителя и получению за этот счет прибыли. Эти маркетинговые показатели должны ответить на следующие вопросы. Улучшается ли качество обслуживания клиента? Видят ли клиенты созданную нами дифференциацию продукта, и имеет ли она для них значение? Является ли наша

дифференциация источником прибыли для компании? Действительно ли высокая цена отражает ту дополнительную ценность, которую мы создаем для клиента? Удовлетворяем ли мы запросы своих клиентов лучше, чем наши конкуренты? Используем ли мы конъюнктуру рынка быстрее, чем это делают наши конкуренты? Правда ли, что дистрибьюторы не могут обойтись без наших продуктов, иначе они не представят достойно весь спектр товаров данной отрасли?

К сожалению, руководство компаний обычно не задает эти вопросы. Большая часть советов директоров уделяют слишком мало времени вопросам, относящимся к маркетингу и стратегии, вместо этого изучая финансовые показатели компании за истекший период и предложенные бюджеты на будущее, которые редко исполняются.

В 1954 году Питер Друкер заметил, что именно клиент решает участь компании и является основой бизнеса. Профессор Гарвардской бизнес-школы (Harvard Business School) Тед Левит утверждает, что «цель бизнеса – создать и удержать клиента». По его мнению, «считать целью компании получение прибыли бессмысленно». Если у компании отсутствуют четкий план работы с потребителями, а также программа повышения эффективности обслуживания клиентов, не может идти и речи о какой-либо прибыли. [1]

Компания, ориентированная на продажи, создает продукты и затем ищет покупателей с помощью продаж и рекламы. А компания, ориентированная на маркетинг, изучает нужды клиента и затем применяет интегрированный маркетинг с использованием «четырех Р», чтобы удовлетворить нужды клиента. Необходимо подчеркнуть, что основная цель компании заключается в обслуживании своих потребителей в течение длительного времени, а не в максимальном увеличении благосостояния акционеров. Некоторые ученые экономисты называют это «капитализмом потребителя», когда компании получают справедливую норму прибыли на инвестированный капитал в достаточном размере, для того чтобы вновь вложить его в бизнес, а также продолжать обслуживать клиентов. [2]

Цель компаний заключается в том, чтобы служить нуждам своих потребителей и создавать для них ценности. Для формирования потребительской ценности необходимы согласованные действия всех отделов компании, а не только отдела маркетинга. Также необходимо учитывать, что координации работы внутри организации мешает ряд проблем, зачастую создаваемых руководителями. Они порой стремятся к единоличному контролю, не желают допускать других в сферу своей компетенции, скрывают информацию или же не участвуют в тех или иных мероприятиях, либо наделяют правом принятия решений какую-то одну группу лиц. Однако ответственность за маркетинг компании, наряду со специалистами-маркетологами, разделяют и советы директоров, и руководители высшего звена, и менеджеры отделов.

Хотя в последнее время отделы маркетинга столкнулись с массой проблем, для них есть и хорошая новость. В наши дни компании вынуждены расширять свою маркетинговую деятельность. Сейчас самое благоприятное время для того, чтобы маркетологи стали лидерами преобразований во всей компании и дали мощный толчок для увеличения прибыли и сегодня, и в долгосрочной перспективе. Руководству компаний необходимо сосредоточить усилия для того, чтобы улучшить процессы в своей компании в ориентации на потребителя, а не ждать улучшения ситуации во внешней среде.

Компании сегодня отчетливо понимают, что они чрезвычайно много получают от рыночных активов, которые трудно измерить привычной системой мер. Но иногда наличие достаточной материальной базы предприятия начинает иметь меньшее значение, чем образ бренда компании в сознании потребителей. Что может оказать бы большее влияние на рыночную стоимость компании, например Coca-Cola, если бы вдруг она потеряла все свои фабрики, или же если бы из памяти всех людей в одночасье улетучился ее бренд? Безусловно, в последнем случае ущерб оказался бы намного больше. Маркетинг имеет большое значение для развития компании, так как бренд, клиенты и сети распространения – это источник процветания любой компании, а маркетологи – главные его хранители.

Однако в последнее время перед маркетологами встают новые проблемы. Опытные маркетологи в разных странах и промышленных отраслях теряют свое влияние. По мере того как размываются границы между государствами и традиционными сферами деятельности, растет потребность в универсальном мышлении. Руководители ищут специалистов, которые могут создать и внедрить инновации, заглянуть в будущее, ищут тех, кто предложит новые идеи, а не будет заниматься тактическими вопросами, ищут специалистов по маркетинговой стратегии, а не по маркетинговому планированию. Для успешного внедрения инноваций в долгосрочном развитии хозяйствующих субъектов маркетологи должны научиться понимать образ мышления потребителей и не полагаться в своих прогнозах исключительно на исследования рынка.

#### Список литературы

1. Свейм Р. Стратегия управления бизнесом Питера Друкера. – СПб.: Издательство «Питер», 2010. – 416 с.

## ПРОБЛЕМЫ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ПО ПЕРЕРАБОТКЕ ПЛОДООВОЩНОЙ ПРОДУКЦИИ

**Брянская О.Л.**

ФГБОУ ВО Бурятская государственная сельскохозяйственная академия им. В.Р. Филиппова, г.Улан-Удэ

Одним из основных направлений повышения уровня продовольственной безопасности страны в настоящее время является развитие пищевой и перерабатывающей промышленности, способствующей обеспечению гарантированного и устойчивого снабжения населения страны безопасным и качественным продовольствием. Эта отрасль нацелена на рациональное потребление пищевых продуктов, отвечающие современным требованиям здорового питания.

В сфере переработки плодоовощной продукции возникают проблемы недопоставки сырья в необходимых объемах, что является причиной снижением объемов производства продукции и сужения ассортимента. Увеличение объемов выпуска плодоовощной консервированной продукции сдерживается также низкой технической оснащенностью заводов, на которых используется оборудование, установленное 20-30 лет назад и где все еще высока доля ручного труда.

Поэтому в настоящее время становится актуальной проблема увеличения и повышения экономической эффективности производства и реализации плодоовощной консервированной продукции, чтобы в ближайшие годы восстановить утраченные позиции и выйти на качественно новый уровень ее производства и потребления.

ООО «Агро-В» (бывший Унэгэтэйский завод) является одним из ведущих предприятий Республики Бурятия по переработке плодоовощной продукции. Ассортимент выпускаемой продукции предприятия постоянно расширяется, внедряются и совершенствуются новые технологии консервного и овощесушительного производства.

Перерабатывая растительное сырье, организация выпускает следующие виды консервов: овощные натуральные консервы, которые предназначены для изготовления первых и вторых блюд, а также используются в качестве гарнира; овощные закусочные консервы, в процессе приготовления которых сырье подвергают кулинарной обработке (салат из свеклы с луком, огурцы маринованные, икра кабачковая, квашеная капуста и др.); овощные и мясоовощные обеденные блюда (борщ, щи, солянка, рассольник, свекольник); фруктовые консервы (варенье, джемы, повидло), представляющие собой натуральные ягоды, уваренные в сиропе.

Продукция завода широко известна в Бурятии и других регионах России, а о знаменитых борщах Унэгэтэйского завода и говорить и не приходится. С конвейера предприятия выходит до 30 наименований консервов. Все они приготовлены на основе местного, экологически чистого сырья в удобной расфасовке от 0,5 до 3,2 кг.

Наибольшую прибыль организация получает от реализации за 1 л морковно-яблочного повидла (0,230) – 64 руб., закуски новой 47 руб., салата из свеклы с луком – 44 руб., рассольника – 43 руб. Таким образом, можно увеличить объем прибыли за счет выпуска именно этой продукции.

Изменение товарных запасов на начало года способствовало росту объема реализации товаров на 3534,3 тыс. руб. Поступление товаров увеличилось по сравнению с 2012 годом на сумму 36972,5 тыс. руб. На данное увеличение повлияло заключения новых договоров с местными поставщиками на выгодных условиях. В 2014 году объем товарооборота увеличился на сумму 37379,7 тыс. руб., за счет завышенных товарных запасов на начало года и роста поступления товаров. По прочему выбытию добились снижения на 40,9 тыс. руб., что также повлияло на реализацию. К прочему выбытию товаров включают товарные потери, бой, лом, порчу и уценку товаров.

За анализируемый период деятельности увеличилась прибыль. В 2014 г. по сравнению с 2012 г. балансовая прибыль возросла в 7,5 раз. В итоге произошло увеличение рентабельности продукции в 8 раз и рентабельности активов почти в три раза.

Показатели финансовой устойчивости характеризуются состоянием оборотных средств предприятия и состоянием основных средств предприятия.

Коэффициент обеспеченности предприятия собственными оборотными средствами с каждым годом увеличивается, это значит, что предприятие в состоянии расплатиться из своих текущих активов по своим текущим обязательствам. Улучшение состояния оборотных средств предприятия подтверждается увеличением

значений коэффициента обеспеченности материальных запасов собственными оборотными средствами и коэффициента маневренности собственных средств.

Предприятие не в состоянии оплатить краткосрочные обязательства за счет денежных средств так как коэффициент абсолютной ликвидности в 2013 - 2014 гг. является низким. Всего лишь 10% краткосрочных обязательств могут быть погашены за счет денежных средств.

ООО «Агро-В» в ближайшем будущем грозит кризисное положение, так как за последние три года наблюдается неустойчивое финансовое состояние предприятия. Оно не способно в полном объеме покрыть свои краткосрочные обязательства. Показатели платежеспособности находятся на оптимальном уровне, но к отчетному периоду имеют тенденцию к снижению, что в дальнейшем, если так будет продолжаться, может привести к банкротству, но есть возможность восстановить равновесие с помощью пополнения источников собственных средств за счет сокращения дебиторской задолженности и возникает необходимость дополнительных источников финансирования. Если не принимать никакие меры, то возможен риск разорения предприятия.

SWOT-анализ – это методика, которая строится на выявлении возможностей и угроз, таящихся во внешней среде организации, а также собственных внутренних сильных и слабых сторон.

Таблица 1

SWOT-анализ деятельности предприятия ООО «Агро-В»

Сильные стороны	Слабые стороны
1. наличие собственных сельскохозяйственных угодий; 2. высокое качество продукции; 3. приемлемая цена; 4. экологически чистое сырье для собственного производства; 5. многолетний опыт сотрудничества с торговыми организациями:	1. износ основных фондов (устаревшее оборудование); 2. низкий уровень развития маркетинга: - внешний вид упаковки не удовлетворяет запросам покупателей; - недостаточно развита рекламная деятельность предприятия; 3. нехватка трудовых ресурсов; 4. Снижение объема реализации продукции.
Возможности	Угрозы
1. Возможность регулирования ценовой политики; 2. Изменение рекламных технологий; 3. Внедрение новых технологий производств: - замена старого оборудования на новое, обладающее наибольшей производительностью; 4. Обеспечение эффективной договорной работы; 5. Вовлечение в оборот неиспользованных сельскохозяйственных земель: - эффективное использованию земельных ресурсов.	1. Увеличение налоговых ставок; 2. Потери материальных сырьевых ресурсов; 3. Изменение покупательских предпочтений; 4. Рост темпов инфляции; 5. Производство конкурентами аналогичных продуктов с привлекательным товарным видом и по низким ценам.

Данные SWOT-анализа показали, что предприятие ООО «Агро-В» имеет хорошую перспективу, обладает высокими преимуществами, но также и имеет существенные недостатки.

К сильным сторонам относится использование местного экологически чистого сырья, наличие собственных земельных угодий, выдержанная на протяжении многих лет технология производства, выпуск более 30 наименований плодоовощных консервов, сотрудничество с оптовыми организациями, наличие собственных торговых точек, вполне приемлемая цена на продукцию и высокое качество, хорошая репутация.

К слабым сторонам относится то, что, к примеру, на предприятии наблюдается снижение объемов реализации продукции, что приводит к потере прибыли и снижению уровня рентабельности. Также на предприятии используется устаревшее оборудование, которое необходимо заменить. Не хватает специалистов вспомогательного производства (инженеров, электриков, токарей). Причиной этого является низкая заработная плата.

С точки зрения управления маркетингом плохо проводится работа с конечным потребителем, т.е. систематической работы по изучению потребительских предпочтений вообще не проводится, изредка опрашиваются розничные и оптовые торговцы, не проводятся опросы и анкетирование покупателей.

Предложения по выпуску новых видов продукции осуществляются субъективно, без учета требований рынка и предварительного изучения спроса.

Также недостаточно развита рекламная деятельность. Единственным источником внешней рекламы является размещение надписи «Унэгэтэйские консервы» на фуре. Источником внутренней рекламы являются буклеты. Однако, ООО «Агро-В» является постоянным участником ярмарок, выставок, на которых заключаются договора, что способствует продвижению и распространению продукции.

Основной угрозой для предприятия являются конкуренты, которые производят аналогичные товары по низким ценам, а также изменение покупательских предпочтений, снижение спроса. Также негативно сказываются плохие погодно-климатические условия, которые приводят к гибели сельскохозяйственных культур, частым неурожаям.

Оборудование на предприятии давно устарело, находится не в рабочем состоянии (а некоторое и отсутствует совсем), его необходимо заменить новым, более эффективным. Так, очистка овощей и картофеля от кожицы, расфасовка готовой продукции в тары, наклейка этикеток производится работниками вручную. Приобретение необходимого оборудования облегчит труд работников, что также приведет к увеличению производительности.

Таким образом, повышение конкурентоспособности предприятия возможно благодаря внедрению новых технологий производства, его техническому перевооружению, а также увеличению объемов продаж.

## **СЕКЦИЯ №12. PR И РЕКЛАМА**

### **СПОНСОРИНГ КАК ЧАСТЬ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ НА ПРЕДПРИЯТИИ (НА ПРИМЕРЕ ОАО «МОНДИ СЫКТЫВКАРСКИЙ ЛПК»)**

**Берневага С.И., Фёдорова А.Ю.**

Сыктывкарский государственный университет им. Питирима Сорокина

Социальная ответственность бизнеса – многогранное явление, которое может быть интегрировано в деятельность корпорации на совершенно разных уровнях. Она может быть внедрена на уровне философии (миссия, кодекс делового поведения), и на уровне управленческих решений, может быть использована и как система оценки и прогнозирования рисков. Большинство этих инициатив служат целям связей с общественностью, а именно «формированию эффективной системы коммуникаций социального субъекта с его общественностью». [7, с.5].

Сегодня в России отсутствуют общепринятые стандарты и модели социальной ответственности бизнеса, что обуславливает высокую вариативность корпоративных форм социальной активности. Спонсоринг становится неотъемлемой частью PR-деятельности.

С учётом того, что PR-деятельность в России развивается сравнительно недавно, изучение спонсорства с точки зрения PR-технологий ещё не окончено. Сферы деятельности спонсирования постоянно расширяются.

Именно поэтому одним из главных профессиональных качеств PR-специалиста должно быть понимание социальной ответственности за совершаемые действия, осознание общественного резонанса, вызванного PR-акциями и применяемыми технологиями. [6].

Актуальность темы исследования объясняется тем, что сегодня социальная ответственность становится составной частью бизнеса и напрямую зависит от общественного мнения, складывающегося в процессе взаимодействия предприятия с внешней средой. Социальная ответственность – это ответственность за надлежащее осуществление своей роли, выполнение социальных норм. Без понимания важности социальной ответственности компания может не достигнуть желаемых результатов.

В последнее десятилетие тема социальной ответственности бизнеса устойчиво присутствует в общественных дискуссиях как в нашей стране, так и за рубежом. Однако до сих пор можно говорить о том, что точного подхода к пониманию социальной ответственности не выработано.

Внимание к этой теме обусловлено поиском путей гармонизации отношений между бизнесом, государством и обществом.

Социальная ответственность бизнеса – это система отношений, воссоздающая деятельность, ориентированную на достижение экономического и социального эффекта в процессе общественного воспроизводства; создание стабильной экономической среды. [1, с.12]

Известно, что социально ответственные субъекты предпринимательства получают весомые экономические преимущества, обусловленные повышением конкурентоспособности товарного знака и ростом инвестиционной привлекательности компании, расширением возможностей привлечения квалифицированных кадров (повышением конкурентоспособности на рынке труда). Отдельные предприниматели и бизнес-сообщества в целом получают следующие выгоды: снижение риска потери репутации, усиление лояльности и конструктивного сотрудничества с персоналом, инвесторами, потребителями, смежниками, правительственными ведомствами, местными сообществами и общественными организациями. В то же время компании, отступающие от декларируемых этических норм, сталкиваются с серьёзными проблемами. По мере расширения круга социально ответственных предпринимателей постепенно снижаются риск и экономические издержки социально ответственного поведения.[10].

В статье 23 ФЗ «О рекламе» дано определение спонсора. Это лицо, предоставившее средства либо обеспечившее предоставление средств для организации и (или) проведения спортивного, культурного или любого иного мероприятия, создания и (или) трансляции теле- или радиопередачи либо создания и (или) использования иного результата творческой деятельности.[12].

Под спонсорством в своей работе мы понимаем осуществление юридическим или физическим лицом (спонсором) вклада (в виде предоставления имущества, результатов интеллектуальной деятельности, оказания услуг, проведения работ) в деятельности другого юридического или физического лица (спонсируемого) на условиях распространения спонсируемой рекламы о спонсоре, его товарах.[9].

Спонсорский вклад признаётся платой за рекламу, а спонсор и спонсируемый – соответственно рекламодателем [4, с.34]

Рассматривая спонсорство, уточним также определение благотворительная деятельность, потому что эти понятия часто употребляют в одном смысле.

Под благотворительной деятельностью понимается добровольная деятельность граждан и юридических лиц по бескорыстной (безвозмездной или на льготных условиях) передаче гражданам или юридическим лицам имущества, в том числе денежных средств, бескорыстному выполнению работ, предоставлению услуг, оказанию поддержки.[11].

Спонсоринг (англ. Sponsoring) – технология, обеспечивающая эффективность спонсорства. Включает в себя консультации организатора мероприятия на предмет создания условий спонсорского участия, разработку спонсорского пакета, подбор или организацию мероприятия по запросу потенциального спонсора и/или контроль рекламной кампании спонсора в рамках конкретного мероприятия, подготовку отчётов о спонсорском участии в преекте. [2,с.326].

Классик PR Сэм Блэк спонсорство определяет как « как один из видов предпринимательской деятельности, основная цель которой заключается в действиях на благо как самого спонсора, так и покупателя его помощи».[3]. Для нас существенным является замечание известного специалиста PR Е.В. Ромата, который считает, как и многие другие специалисты, что спонсорство имеет элемент благотворительности, но не отождествляет эти понятия.[8,с.325].

Основное различие между спонсорством и благотворительностью с точки зрения PR-технологий заключается в том, что спонсорство – официальный инструмент рекламных компаний, PR. Вклад спонсоров рассматривается как плата за рекламу, а спонсор и спонсируемый, по сути, является рекламодателем и рекламодателем.

Сегодня как средство PR является развивающимся инструментом в нашей стране. Различные методы привлечения инвестиций большинству компаний уже известны. Так, специалисты по спонсорингу уделяют большую часть времени методам формирования успешного спонсорского пакета. На перспективные мероприятия спонсорские пакеты продаются на несколько лет вперёд. Круг потенциальных спонсоров определяется в результате исследований либо при обсуждении с экспертами.

Привлекательность спонсорства в том, как показывают исследования, что оно помогает решить одновременно несколько важных целей. Основные из них – это рекламная и PR-кампания.

Спонсоринг сегодня является одним из самых востребованных механизмов продвижения для товаров с ограниченными возможностями использования рекламных или PR-каналов. Также является достаточно эффективным способом узнаваемости в чётко обозначенной целевой группе при возможном незначительном бюджете.

Спонсоринг является проявлением социальной ответственности бизнеса. Социально ответственные субъекты предпринимательства получают весомые преимущества, снижение риска потери репутации; усиление лояльности и конструктивного сотрудничества с персоналом, инвесторами, потребителями, смежниками, правительственными ведомствами, местными сообществами и общественными организациями. В то же время компании, пренебрегающие социальной ответственностью, сталкиваются с серьёзными проблемами.

Для того чтобы спонсорство достигало требуемых результатов, разрабатывают специальную технологию, которая обеспечивает эффективность спонсорства: разработка спонсорского пакета, подбор или организация мероприятия по запросу потенциального спонсора, проведение и контроль рекламной кампании спонсора в рамках конкретного мероприятия, подготовка отчётов о спонсорском участии в проекте.

Источниками для написания данной статьи послужили официальный сайт ОАО «Монди Сыктывкарский ЛПК», который позволил проанализировать социальную ответственность комбината перед его сотрудниками и обществом. Корпоративный сайт, годовой отчёт о социальных программах компании, документы из архива, связанные со спонсорингом и социальной ответственностью, корпоративная газета «Огни Вычегды», а также положения о дипломах и наградах, что позволило нам исследовать спонсоринг и социальную ответственность бизнеса как инструмента по связям с общественностью.

Монди – это ведущая международная компания по производству бумаги и упаковочных материалов, ориентированная на рынки Западной Европы, а также развивающиеся рынки Восточной Европы, России и Южной Африки.

Основная сфера деятельности группы Монди – это производство немелованной бумаги и упаковочных материалов. Кроме того, Монди предлагает такие специальные изделия, как покрытия, лайнеры и мягкую упаковку.

Группа Монди состоит из двух подразделений: Europe&International и SouthAfrica/ Компания Монди зарегистрирована на двух фондовых биржах в Лондоне (LSE) и Йоханнесбурге (JSE) и имеет корпоративные офисы в Великобритании и ЮАР.

О достижениях компании в области устойчивого развития свидетельствует её включение в индексы FTSE4Good Великобритании, FTSE4Good Европы и всемирный FTSE4Good в 2008/2009 годах, а также в индекс Социально ответственного инвестирования фондовой биржи Йоханнесбурга в 2007,2008/2009 годах. [5].

В структуре комбината – древесно-подготовительное производство, целлюлозный завод, ТЭЦ и комплекс очистных сооружений. Сыктывкарский ЛПК контролирует семь лесозаготовительных филиалов, входящих в его дочернюю компанию, которая обеспечивает комбинат древесным сырьём.

На «Монди СЛПК» и его дочерних компаниях трудится более 7 тысяч человек. В условиях сложной рыночной ситуации ведущие производители бумаги и упаковочных материалов с предприятиями по всему миру придают большое значение качеству производимых товаров. Способность быстро реагировать на изменяющиеся рыночные условия, а также экономичная стратегия производства гарантирует, что и в дальнейшем Монди будет занимать сильные позиции на мировом рынке.

Стратегией является укрепление позиций компании, особенно на развивающихся рынках Центральной и Восточной Европы. В России «Монди Сыктывкарский ЛПК» удалось реализовать масштабный проект модернизации производства, благодаря которому улучшилось качество выпускаемых товаров, повысилась производственная мощность комбината в целом. Эти проекты – часть усилий по модернизации оборудования на рынках, имеющих ясные перспективы развития. На бумажной фабрике «Steti» в Чехии Монди инвестировали новую бумагоделательную машину (БМ 6) по производству гладкой бумаги. Фабрика поставляет на рынок отвечающую самым высоким требованиям к качеству крафт-бумагу для упаковок. Эта стратегическая инвестиция служит укреплению производственной мощности Монди в Центральной Европе.

Наряду со стратегическими инвестициями в развитие производства важным аспектом является развитие сотрудников. « Академия Монди» предлагает сотрудникам курсы дальнейшего развития. Важную роль в формировании корпоративной культуры играют лидерские и поведенческие компетенции, поэтому разработан механизм принятия оперативных и стратегических управленческих решений.

Экологически чистая офисная бумага из серии продуктов «GreenRange» - только один из множества примеров. Для удовлетворения индивидуальных потребностей клиентов Монди в тесном сотрудничестве с «GreenRange» производит высококлассные товары и форсирует развитие инноваций по всему миру. Благодаря стратегии и структуре компании Монди, её сильной финансовой позиции и высококлассному оборудованию занимает отличные позиции для того, чтобы выгодно использовать появляющиеся шансы.

Анализ источников, раскрывающих суть социальной ответственности бизнеса, позволяет сделать вывод, что спонсоринг занимает важное место среди других инструментов по связям с общественностью, позволяющих организации реализовывать себя как социально ответственный бизнес.

Социальная ответственность бизнеса является важной для каждой компании. Она способствует повышению конкурентоспособности и положительной репутации на рынке услуг. ОАО «Монди СЛПК» осознаёт свою ответственность перед обществом.

Признание исключительной важности человеческого капитала является важнейшим инструментом успешного управления бизнесом в ОАО «Монди Сыктывкарский ЛПК». Такие ценности как благополучие, безопасность и здоровье работников во многом зависят от работодателей. Обеспечить, сохранить и преумножить их – одна из приоритетных задач, стоящих перед руководством компании. В конечном итоге, забота о сотрудниках, обеспечение их высокой трудоспособности и продление профессионального долголетия – это инвестиции в развитие.

Одним из направлений социальной ответственности компании является обучение и переобучение работников ОАО «Монди СЛПК». Такое направление можно отнести к поддерживающим мерам, которые обеспечивают устойчивое развитие бизнеса и общества. Пройдя обучение, повысив квалификацию и получив дополнительные профессии, работники компании не только отвечают высоким требованиям компании Монди, но и повышают свою конкурентоспособность на рынке труда, получая больше возможностей для дальнейшего трудоустройства.

Также компания участвует в социальном партнёрстве с учебными заведениями Республики Коми и с администрациями районов, что способствует развитию компании за счёт высококвалифицированных специалистов, делая её сильным конкурентом. На базе учебных учреждений происходит подготовка и переподготовка специалистов предприятия, осуществляются совместные проекты по информационному обмену, в том числе международные. Тап-менеджеры и ключевые специалисты комбината проводят мастер-классы для студентов и учащихся. Компания инвестирует в образовательные проекты, обустройство лабораторий, оказывает финансовую поддержку в покупке оборудования и униформы для практики студентов.

В этом руководство компании ОАО «Монди СЛПК» видит важность развития социальной и спонсорской деятельности. Перспективы развития можно определить как краткосрочные, среднесрочные и долгосрочные.

Краткосрочные. На 2012 год была сформирована Программа благотворительной и спонсорской деятельности ОАО «Монди СЛПК» с увеличением объёма средств на её реализацию. В Программу включены проекты, основанные на лучших практиках 2011 года.

Среднесрочные. Разработка социальной стратегии компании, направленной на укрепление позиции компании в окружающем социально-экономическом пространстве, формирование в гражданском обществе чувства доверия и уважения к ОАО «Монди СЛПК», проводимым компанией преобразованиям как в производственно-экономической сфере, так и в сфере управления.

Долгосрочные. Достижение соответствия социальной ответственности компании международным стандартам и лучшим мировым практикам.

В ходе анализа нами также было выявлено, что в ОАО «Монди СЛПК» имеется ряд проблем в сфере реализации социальных программ. Например, появление в республиканских СМИ публикаций о мероприятиях и результатах проекта «Лесная академия Коми», не соответствующих действительности и наносящих ущерб имиджу проекта, следовательно, и имиджу самой компании. Для решения этой проблемы необходимо провести более продуманную и эффективную PR-кампанию в 2012 году.

Отсутствие в компании специального отдела, который бы занимался социальной ответственностью, ухудшает процесс реализации социальных программ. К сожалению, на комбинате социальными вопросами занимаются разные отделы, нет чёткого распределения обязанностей среди работников. Для решения этой проблемы, как нам кажется, необходимо создать такой отдел, который будет заниматься планированием и осуществлением социальных проектов. В состав такого отдела будут входить представители различных дочерних компаний. Основная задача этого отдела будет связана с определением того, насколько деятельность компании может повлиять на внутренние и внешние социальные проблемы. Можно разработать «Декларацию о действиях», которая будет описывать, как проводить политику социальной ответственности компании. А также «Кодекс действий», в котором даётся объяснение, как должны действовать сотрудники при проведении политики социальной ответственности.

#### Список литературы

1. Благов Ю.Е. Генезис концепции корпоративной социальной ответственности// Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 8. Выпуск №2.2009.
2. Бусыгин А.В. Предпринимательство. Основной курс. - М.:Изд-во ИНФРА, 2009.
3. Блэк Сэм. Паблик рилейшнз. Что это такое? – М.,1990.
4. Витин С.Е. Мобилизация финансовых ресурсов для инвестиций// Вопросы экономики. 2009.№11.

5. Группа монди. URL:<http://www.mondijobs.ru/ru/desktopdefault.aspx/tabid-1835>.
6. Королько В.Г. Основы публичных рилейшнз. URL:<http://enbv.narod.ru/text/Econom/korolko/> (дата обращения: 16.02.2012).
7. Кривонос А.Д. PR-текст в системе публичных коммуникаций.- СПб.,2002.
8. Ромат Е.В. Реклама.- СПб.,2001.
9. Спонсорство и благотворительность. URL:<http://www.nrbiz.ru> (дата обращения: 7.02.2012).
10. Туркин С. Зачем бизнесу социальная ответственность// Управление Компанией. 2004.№7.
11. Федеральный закон «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях» от 04.07.2003 N 94-ФЗ.
12. Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 N 38-ФЗ.

## ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ УПРАВЛЕНИЯ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ СТРАХОВОЙ КОМПАНИИ

**Челнокова К.Н., Жесткова Н.А.**

Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики, г.Самара

Современный мир зачастую рассматривается как мир организаций, которые представляют собой совокупность людей и групп, объединенных для достижения какой-либо цели, решения какой-либо задачи на основе определенных правил и процедур, разделения труда и обязанностей. Это достаточно эффективный механизм решения общественных задач.

Жизнедеятельность любой организации требует конкретного управления. Без него невозможно не только продуктивное функционирование, но и само существование. Управленческая деятельность в организации представляет собой создание и развитие потенциала, формирование и сохранение ценностей, постановку стратегических целей и организацию всех видов текущих и оперативных работ и процессов, мотивацию людей, контроль за ходом реализации планов, обеспечение эффективности и многое другое.

Планирование является органической частью процесса управления, задающей направление и параметры будущего развития организации.

Центральным элементов всей системы планов организации, как отмечает Е.Г. Пипко, является ее стратегия – общая форма действий, необходимой для достижения поставленных целей. «Стратегия организации постоянно вмещает в себя множество стандартных целей: получение прибыли, увеличение объема бизнеса, продвижение товара на рынке и т.д.» [3, с. 4].

Реалии современной жизни вынуждают различные компании выбирать определенный путь совершенствования и продвижения товара или услуги. Важно выделиться среди других аналогичных организаций. Такое возможно благодаря рекламе.

В России сегодня бурно развивается рекламная деятельность компаний. Это направление получило развитие, отмечает Л.Ю. Гермогенова [2], в связи с переходом компаний на рыночные методы управления. Усиливающаяся с каждым годом конкуренция между товаропроизводителями тесно связана с ростом неоднозначности и динамичности окружающей среды. Поэтому оправдано использование понятийного аппарата теории управления в анализе рекламной деятельности.

По нашему мнению, сегодня особое значение приобретают отдельные части организации управления рекламной деятельностью: исследование маркетинговой ситуации, планирование рекламных мероприятий, контроль и оценка эффективности рекламной деятельности. Основу рекламной деятельности компании как целостной системы составляет программа организации управления рекламной деятельностью. В соответствии с этой программой можно выделить основные части ее организации в компании: исследование, планирование рекламных мероприятий, тактические решения, оперативный контроль, оценка эффективности рекламных мероприятий.

В данной статье мы рассмотрим стратегию управления рекламной деятельностью в сфере страхования.

Страховой рынок в РФ, по мнению специалистов [1], представляет собой динамичную, быстро меняющуюся систему. Основные факторы продолжительного и успешного существования на рынке – достойный имидж и хорошая репутация. В сфере страхования реклама – это краткая информация, раскрывающая в яркой, образной и понятной форме основные условия и преимущества конкретных видов

страхования. Реализация рекламной стратегии в этом случае требует рассматривать рекламу конкретной страховой услуги в единстве всей серии рекламных обращений компании к одним и тем же лицам.

Специфика рекламы в страховом бизнесе определяется присутствием большого количества предлагаемых услуг. Реклама зачастую является основным фактором выбора потребителем подходящей услуги. Поэтому реклама должна учитывать интересы всех групп страхователей: особенности запросов населения с разным уровнем дохода, природно-климатические условия и другие факторы [1]. Проблема состоит в том, что страховые компании на данный момент не совершенствуют стратегии управления рекламой. Возникшее в связи с этим несоответствие между прежними и новыми механизмами управления заставило компаниям придать первостепенное значение маркетинговым механизмам управления производством и сбытом товаров и услуг. Нужно создавать новые способы рекламной политики, изменять взгляды на сущность и содержание рекламных функций для обеспечения эффективной деятельности предприятия в целом. От правильной постановки целей и реализации программы внедрения усовершенствованной стратегии управления рекламой будет зависеть успех страховой компании.

В качестве примера проанализируем рекламную деятельность Страховой группы «Уралсиб». ЗАО СГ «Уралсиб» [4] – это развитая филиальная сеть с внедренной в 2007 году трехуровневой системой управления. Региональная сеть компании насчитывает свыше 400 точек продаж: подразделения компании ведут работу в 250 городах, 72 регионах России.

На сегодняшний день, Страховая группа «Уралсиб» является одной из крупнейших компаний федерального масштаба, одной из лидеров национального страхового рынка. Компания оказывает широкий спектр страховых услуг розничным и корпоративным клиентам по 22 видам страхования. Среди них – страхование имущества и ответственности, добровольное медицинское страхование, автострахование.

Проведенный комплексный анализ деятельности ЗАО СГ «Уралсиб» выявил тенденцию снижения финансовой устойчивости и рентабельности в 2014 году в области автострахования, что потребовало разработки мероприятий, направленных на внедрение усовершенствованной стратегии управления рекламой в компании.

Для изменения существующего положения компании необходимо быть ближе к своим клиентам, определить целевые группы для дальнейшей работы отделов продаж и каналов распространения информации – отдельно для каждой (целевой группой). Следующий шаг – сформулировать коммерческие предложения с учетом уникальных преимуществ компании. Разработать базовые рекламные идеи для каждого направления деятельности, а также провести тренинги персонала по работе с целевыми группами. Последний шаг – разработка рекламных мероприятий для «Уралсиб», которые будут способствовать высокой узнаваемости и повышению имиджа компании.

Предлагаем базовые задачи для дальнейшей разработки плана в СГ «Уралсиб»:

- 1) увеличить объемы продаж страховых услуг;
- 2) улучшить работоспособность компании в области рекламной деятельности автострахования;
- 3) повысить узнаваемость компании;
- 4) повысить имидж СГ «Уралсиб»;
- 5) увеличить работоспособность компании в области маркетинга;
- 6) добиться в коллективе СГ «Уралсиб» слаженности в работе.

Решению данных задач будут способствовать следующие рекламные мероприятия: разработка новой линейки страховых продуктов; увеличение объемов рекламы в СМИ; распространение рекламно-информационных материалов; выпуск рекламных роликов; участие в семинарах/конференциях/выставках и их проведение; акции к праздникам (например, ко Дню Защитника Отечества – весь месяц скидка на КАСКО в размере 10%); организация сборов клиентов компании (автопробег с рекламой «Уралсиб»); празднование компании Дня автомобилиста; проведение семейных праздников работников «Уралсиб»; благотворительные акции; адресные рассылки для клиентов компании; празднование Дня рождения компании; организация мероприятий для партнеров.

Таким образом, СГ «Уралсиб» имеет хорошие возможности дальнейшего развития своей деятельности при правильном соблюдении стратегии. При более детальном рассмотрении всех возможностей, компания может стать абсолютным лидером на страховом рынке.

Подводя итоги, отметим, что развитие рекламы и PR-услуг должно быть обусловлено повышенным вниманием в организациях. Благодаря работе таких отделов, организация не только будет существовать, но и быть востребованной и развитой в глазах клиентов и партнеров. Через продуманную рекламу удастся максимально реализовать потенциальные страховые интересы, обеспечить надлежащий сервис клиента на всем протяжении срока страхования.

### **Список литературы**

1. Галагуза, Н.Ф. Реклама в страховании: ключ к успеху [Текст] / Н.Ф. Галагуза. – М.: Финансы, 1999. – 132 с.
2. Гермогенова, Л.Ю. Эффективная реклама в России. Практика и рекомендации [Текст] / Л.Ю. Гермогенова.– М.: РусПартнер, 2004. – 252 с.
3. Пипко, Е.Г. Стратегическое управление [Текст] / Е.Г. Пипко; Моск. гос. ун-т сервиса, Поволж. технол. ин-т сервиса. – Тольятти: Изд-во Поволж. технол. ин-т сервиса, 2000. – 128 с.
4. Официальный сайт ЗАО СГ «Уралсиб» [Электронный ресурс] – режим доступа <http://www.uralsibins.ru/index.wbp>.

### **СЕКЦИЯ №13. ОПЕРАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ**

### **СЕКЦИЯ №14. ПРОБЛЕМЫ МАКРОЭКОНОМИКИ**

### **СЕКЦИЯ №15. ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ**

### **СЕКЦИЯ №16. СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ**

#### **ИЗ ОПЫТА РАБОТЫ КОМБИНАТА ПИТАНИЯ УРАЛЬСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО УНИВЕРСИТЕТА**

**Ракульцева Н.Г.**

Уральский государственный экономический университет, г.Екатеринбург

Сфера общественного питания на данный момент является одной из наиболее перспективных отраслей развития российской экономики. Анализ состояния рынка общественного питания на территории Свердловской области позволяет сделать вывод о высоких темпах развития отрасли. Оборот ресторанов, баров, кафе, столовых при предприятиях и учреждениях, а также организаций, осуществляющих поставку продукции общественного питания, в 2013 г. составил 43,8 млрд. руб., или 109,8 % к уровню 2012 г. Доля Свердловской области в обороте общественного питания Российской Федерации составила 4,3 % в 2013 г., против 4,1 % в 2012 г.[1]

Миссией Уральского федерального университета имени первого Президента России Б.Н. Ельцина (УрФУ) является повышение конкурентоспособности и обеспечение реиндустриализации, формирования человеческого и научно-технического потенциала, сбалансированного обновления традиционных и развития постиндустриальных отраслей экономики Уральского федерального округа. Стратегической целью создания университета является формирование в Уральском федеральном округе научно-образовательного и инновационного центра, ядром которого станет университет [2]. Это обеспечит лидерство вуза в области естественных, гуманитарных и технических наук, его вхождение в число ведущих мировых образовательных и интеллектуальных центров. Одной из задач для достижения указанной цели: является модернизация инфраструктуры. Одним из необходимых элементов высшего учебного заведения является общественное питание. Его уровень развития должен соответствовать тем стратегическим задачам, которые стоят перед университетом.

Комбинат питания создан в 1977 г. по решению Свердловского горисполкома. Для студентов и сотрудников университета работает 14 столовых и 16 буфетов. В течение рабочего дня обслуживается около 8500 чел. Количество посадочных мест 938.

Основные показатели функционирования комбината питания представлены в таблице. Он стабильно увеличивает выручку от основной производственной деятельности. Так, в 2012 г. в сравнении с 2011 г. рост составил 32%, в 2013 г. в сопоставлении с 2012 г. увеличение обсуждаемого показателя произошло на 14%. Это свидетельствует о достаточно устойчивом спросе на производимую продукцию.

Таблица 1

Основные технико-экономические показатели деятельности комбината питания УрФУ

Показатели	2011 г.	2012 г.	2013 г.	Среднее
Выручка, млн. руб.	113,3	149,8	171,4	144,8
Себестоимость, млн. руб.	110,1	140,4	157,4	135,9
Производительность труда, тыс. руб. в год на человека	584,2	1054,9	1113,5	917,5
Фондоотдача, руб/руб	10,22	8,58	7,96	8,9
Материалоотдача	1,47	1,60	1,67	1,6
Рентабельность, %	2,54	5,80	7,52	5,3

Себестоимость продукции за обсуждаемый период времени возростала. Так, в 2012 г. по сравнению с 2011 г. увеличение составило 27%, аналогичная тенденция характерна и в 2013 г. в сопоставлении с 2012 г. изменение 12%.

Динамика показателей характеризующих интенсивность экономических процессов на комбинате неоднозначна. В 2013 г. произошло значительное изменение в производительности труда. Так, в 2013 г. по сравнению с 2011 г. рост показателя составил 90%. Фондоотдача за аналогичный период снизилась на 22% , соответственно рост материалоотдачи составил 13%. Последний показатель свидетельствует о совершенствовании технологии производства и качестве приготовления пищи, профессионализме производственного персонала. При невысоком уровне рентабельности производственной деятельности наблюдается тенденция к его повышению, так в период с 2011 г. до 2013 г. рост показателя 4,98 процентов (абсолютных).

Производственная структура комбината питания построена по смешанному принципу. Имеются цехи: мясной, овощной, кондитерский, а также горячий, холодный. Предметная структура создает возможности для внедрения новой техники, механизации и автоматизации производства. Формируются предпосылки для внедрения поточного производства. Технологическая структура предполагает однородность выполняемых работ и обуславливает специализацию производства пищи и высокую квалификацию исполнителей.

У комбината питания сформировались определенные стратегические преимущества, которые при оптимальном использовании могут способствовать долгосрочному успешному развитию:

- наличие неиспользуемых помещений для основной деятельности, которые в настоящее время сдаются в аренду;
- наличие нового, высокопроизводительного оборудования;
- устойчивые и взаимовыгодные связи с поставщиками ресурсов;
- наличие клиентов для осуществления неосновных видов деятельности.

Среднесписочная численность персонала организации в 2014 г. составила 156 чел. В структуре преобладает производственно-обслуживающий персонал - 81%, хозяйственная служба – 5%, административно-управленческий персонал - 14%.

Администрация университета и комбината питания, совместно с заинтересованными кафедрами проводят исследования потребительских предпочтений и проблем вузовского общепита. Целевая аудитория вузовского общепита - студенты и преподаватели.

По данным опросов уровень материального благополучия большинства респондентов является достаточным для посещения столовой. Вместе с тем менее 10% опрошенных отмечают, что им иногда не хватает денег даже на еду. Треть студентов и большинство сотрудников отметили, что им хватает средств на текущие расходы, кроме дорогостоящих приобретений. Однако около трети респондентов (35,4 %) ограничены в ресурсах поэтому не готовы переплачивать за еду. В следствие выше указанного вузовский общепит позиционирует на рынке в средней и низшей ценовой категории.

По мнению [3, 4] рациональное студенческое меню должно включать следующие группы продуктов: мясо, рыба, крупы, овощи, фрукты, молочная продукция, а не разнообразный ассортимент. Это обусловлено особенностью деятельности студентов и восполнением энергии, витаминов и полезных микроэлементов. Целевая аудитория в повседневной пище ориентирована на русскую кухню. Аналитики [4] отмечают, что формат питания молодежи в возрасте от 18 до 25 лет делится на дневной: суп, горячее блюдо и напиток и вечерний: простые концепции фаст-фуда. По данным компании "Сухаревка-консалтинг" [3] мотивация студентов посещения столовой – питание и отдых.

Перспективно направления развития комбината питания это предложение блюд для диетического питания. Опросы показывают, что 42% посетителей нуждаются в таком ассортименте товаров.

Сформировалась небольшая группа посетителей (6,7% от числа опрошенных) которая предпочитает не обедать в университетских столовых. По данным исследований [3] основные причины указанного явления могут быть: низкое качество продукции, медленная скорость обслуживания, ограниченный ассортимент.

Среди основных проблем функционирования комбината питания можно выделить следующие: ограниченное количество посадочных мест, которое не соответствует нормативу; в отдельные периоды формируются большие очереди посетителей, финансовая зависимость от головной организации и высокая текучесть производственного персонала.

Одна из серьезных проблем вузовского общепита является наличие очередей в обеденные перерывы. Это подтверждают результаты опроса, на них жалуется каждый второй из числа опрошенных. Комбинат питания ограничен производственными площадями в рамках существующих зданий. Это не позволяет организовать эффективный производственный процесс по подготовке блюд, в пиковые периоды времени затрудняет обслуживание клиентов. Одним из вариантов решения проблемы может быть концентрация отдельных операций производственного процесса на заготовочных предприятиях. Они предназначены для выработки полуфабрикатов, кулинарных и кондитерских изделий для обеспечения ими доготовочных предприятий и магазинов кулинарии. Централизация производства позволяет снизить затраты на аренду помещений, на капитальные вложения на основные производственные фонды, оптимизировать затраты на персонал, перейти на современные технологии позволяющие производить продукцию полнее удовлетворяющие запросы потребителей.

Таким образом, долгосрочные перспективы развития комбината питания УрФУ связаны с реализацией стратегии вуза, опираются на существующие и перспективные возможности организации и направлены на преодоление имеющихся ограничений.

#### **Список литературы**

1. Неганова, В.П., Чирков, А.В. Состояние и тенденции развития рынка общественного питания региона [Текст] // Экономика региона – 2014. – N 1. – С. 133-144
2. Портал Уральского федерального университета им. Б.Ельцина. Режим доступа [www.urfu.ru](http://www.urfu.ru).
3. Режим доступа [www.life-students.ru/menyu-studenche-stolovoj/](http://www.life-students.ru/menyu-studenche-stolovoj/)
4. Режим доступа [www.buschess-oobshepit.stolovaya/menyu-stnenohshoj.stolovoj](http://www.buschess-oobshepit.stolovaya/menyu-stnenohshoj.stolovoj)

## **ИССЛЕДОВАНИЕ СТРАТЕГИИ ВЫХОДА ИЗ КРИЗИСА АВИАЦИОННОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ**

**Доц., к.т.н. Комарова Н.В.**

Московский авиационный институт (национальный исследовательский университет)

В 90-е годы, в период спада экономики объем производства машиностроительной продукции снизился в несколько раз, причем удельный вес машиностроения в общем объеме промышленного производства сократился до 16%. Наибольший спад произошел в самых передовых отраслях машиностроительного комплекса и особенно в авиационном машиностроении. Снижение производства в авиационной промышленности берет начало в структурной непропорциональности, которая начала проявляться ещё в конце 80-х годов. После распада СССР и начала рыночных реформ кризис принял открытые формы, что привело к спаду авиастроения, который наглядно показан на области диаграмм выпуска авиационной продукции различного назначения (см. Рисунки 1 и 2) в диапазоне 1992-2002 года. Таким образом, как уже анализировалось в прежних исследованиях [2-3], замедление на стыке 20-го и 21 века производства и сбыта отечественной авиационной промышленности привело к падению уровня проектирования и производства

отечественной высокотехнологичной продукции, к устареванию основных производственных фондов, т.е. к потере промышленного потенциала страны. Первым этапом программ «Стратегия развития авиационной промышленности», принятой в 2005 году [4], была поставлен вопрос о реструктуризации отрасли. Было решено отказаться от сложившейся практики внутренней конкуренции между несколькими авиастроительными комплексами, нацеленными на собственные цели и стратегии. Реструктуризация отрасли заключалась в создании интегрированных структур, объединяющих предприятия авиастроения по продуктовому признаку. Цель современной концепции развития отрасли является создание авиапромышленных бизнес-единиц, способных к выживанию и повышению конкурентоспособности авиационной техники на Российском и международном рынках авиационной техники. Начиная с 2005 г., происходило укрупнение предприятий и создание отраслевых холдинговых структур в таких секторах авиастроения как самолетостроение, вертолетостроение, авиационное двигателестроение, авиационное приборостроение, авиационное оборудование и авиационное вооружение. В секторе самолетостроения системообразующим холдингом является ОАО «Объединенная авиастроительная корпорация» (ОАК), объединяющая такие предприятия авиастроительной отрасли, как ОАО «Сухой», ОАО «Туполев», ОАО «Российская самолетостроительная корпорация «МиГ» и другие. В секторе вертолетостроения был создан холдинг ОАО «Вертолеты России» (ВР), объединяющий все вертолётостроительные предприятия страны, в двигателестроении - объединенная двигателестроительная корпорация (ОДК). В ответ на эти изменения в отрасли наметился рост объемов производства, как показывают диаграммы, представленные на Рисунках 1 и 2 в диапазоне 2002-2014 года.



Рис.1. Диаграмма относительного изменения объемов выпуска продукции предприятиями авиационной промышленности

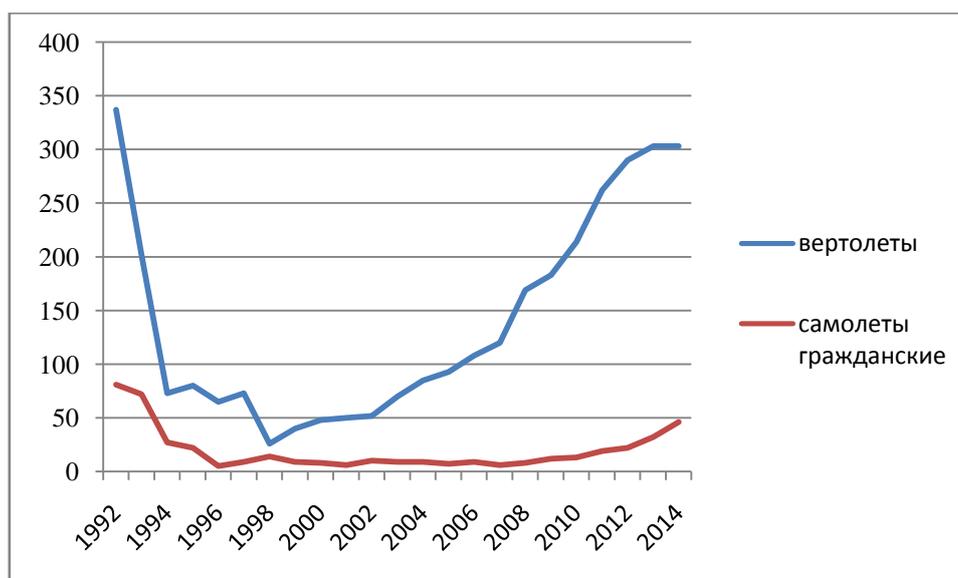


Рис.2. Изменения выпуска гражданских самолетов и вертолетов в России

Как видно из график, представленного на Рисунке 2, наибольший рост, по результатам выполнения стратегии демонстрирует вертолетостроение. Руководство ОАО «Вертолеты России» определило стратегию пропорционального участия в разработке модельного ряда двух конструкторских бюро Камова и Миля. Портфель заказов холдинга включает наиболее важные востребованные рынком модели, среди которых Ка-226Т, Ми-28, «Ансат», Ми-17, Ка-52, Ми-35, Ка- 31/32, Ми-26. «Вертолеты России» начали работу над перспективным скоростным вертолетом, основная идея которого заключается в формировании системы максимальной транспортной доступности российских регионов. Начата программа глубокой модернизации вертолетов типа Ми-8/17, которая сейчас реализуется под рабочим названием Ми-171А2. В настоящее время доля рынка компании составляет 87 % для рынка России и стран СНГ и 14 % мирового рынка.

Однако нужно отметить, что уровень инновационной активности на предприятиях после падения в кризисный период в несколько раз и сейчас остается низким, механизмы продвижения перспективных разработок в производство работают неэффективно.

Многие стратегические цели, прописанные в стратегии развития авиационной промышленности до 2015г. [4] не были выполнены. Особенно это касается гражданской авиации, где существование ОАК не привели к упорядочиванию продуктовой линейки отечественного авиапрома. К добротным разработкам позднего советского периода среднемагистральных Ту-204/214 и ближнемагистральных лайнеров ТУ-334 руководители ОАК добавили проекты SSJ-100 и MC-21. При этом стоит отметить, что SSJ-100 – это общее «детище» 28 зарубежных фирм, которые обеспечивают поставку 80% узлов и комплектующих зарубежного производства. В основе проекта MC-21, который стартовал в 2002г., лежала модель самолета Як-242, разработанная в ОКБ Яковлева еще в 1993 году, и представлявшая собой глубоко модернизированную модель самолета Як-42, эксплуатация которого началась еще в 1980 году. Ранее в конструкции самолета соотношение импортных составляющих было преобладающим (70% в 2014г.). В ближайшие же 5-7 лет планируется изменить эту ситуацию, ориентируясь на отечественные комплектующие (до 90%), что позволит самолету позиционироваться как российский самолет Як-242. Для продвижения MC-21 на рынке среднемагистральных самолетов в сегменте 150-210 мест используется стратегия лидерство в снижении издержек и дифференциация. Стратегия лидерства в издержках позволяет компании (за счет низкой себестоимости производства) получать доходы, превышающие средне- отраслевые, даже в условиях высокой конкуренции. Стратегия дифференциации в применении к самолету MC-21 определяется за счет относительно большей вместимости пассажиров, более широкого фюзеляжа, а так же значительной экономии топлива по сравнению с существующим поколением. Таким образом, эксплуатационные расходов снижаются на 12- 15% (по сравнению с эксплуатируемыми в настоящее время зарубежными аналогами семейства A320 и Boeing 737NG) и на 7-9% относительно перспективных самолётов семейств A320NEO и B737MAX.

Преимущество самолетов MC - 21 по отношению к существующим самолетам, при лучшем уровне комфорта и уменьшенным временем оборота в аэропорту, позволяет при любой стратегии поведения конкурентов в сегменте самолетов пассажир вместимостью 140-220 мест обеспечить уровень

конкурентоспособности, по меньшей мере, не ниже, чем прогнозный уровень характеристик у конкурентов. Первые продажи МС-21 в количестве 10 самолетов планируется в 2016 году.

Оценивая ситуацию в целом, важно отметить, что Россия возвращается на мировую арену в качестве сильного и влиятельного государства, с которым считаются и которое может постоять за себя и способно осуществить самые масштабные планы.

#### Список литературы

1. Государственная программа Российской Федерации «Развитие авиационной промышленности на 2013 - 2025 годы» [Электронный ресурс] М., 2014 [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_162188](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_162188).
2. Комарова Н.В. Проблемы реструктуризации авиационных предприятий с целью формирования компетентностной организации. М., Нормирование и оплата труда в промышленности. № 8, 2012
3. Комарова Н.В. Формирование стратегии развития вертолетостроительного предприятия с использованием центров компетенций. М., Вестник МАИ, т 21, выпуск 2, 2014
4. Стратегия развития авиационной промышленности на период до 2015 года. [Электронный ресурс] М., 2005г, <http://www.minpromtorg.gov.ru>

### ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИЙ НА КОНКУРЕНТНОМ РЫНКЕ ВУЗОВСКОГО ОБЩЕПИТА

Лукиных М.И., Ракульцева Н.Г.

Уральский государственный экономический университет, г.Екатеринбург

В.С. Веснин [3] считает, что позиционирование определяет место фирмы на рынке и её возможное направление развития и изменения. Стратегии позиционирования направлены на завоевание и защиту определённого положения на рынке или по отношению к конкурентам.

По мнению Д. Аакера [1] стратегическая рыночная позиция демонстрирует желание фирмы относительно её восприятия покупателями, работниками и партнёрами. Стратегическая позиция должна отвечать определенным требованиям: быть действительно стратегической, отражая долгосрочные усилия компании, соответствовать стратегии бизнеса, позиционировать относительно конкурентов на рынке, быть логичной.

Устойчивое и благоприятное положение организации на рынке обеспечивает прочную конкурентную позицию и создает необходимые предпосылки для успешной деятельности. Теория конкурентных преимуществ, разработанная М. Портером [10] предполагает, что под этим понимаются такие факторы, которые позволяют обрести более высокий уровень конкурентоспособности, чем у конкурента. По мнению С.П. Бараненко и др. [2] положение фирмы на рынке также выступает как конкурентное преимущество и может служить хорошей основой для формирования других позитивных свойств.

Работа выполнена при финансовой поддержке Российского гуманитарного научного фонда (проекта № 14-12-66012а «Модель продовольственной безопасности при конвергенции потенциалов региональных агропромышленных комплексов»)

Д. Аакера [1] выделяет роли стратегического позиционирования в деятельности организации. Стимулирования и направление всех стратегических инициатив, определение коммуникативной программы, демонстрация ценностей и культуры для работников и партнеров. Особенности позиционирования могут определяющим образом влиять на взаимодействия предприятия с партнерами и потребителями, при этом может образовываться бизнес-система.

Выделяют 36 типичных стратегических позиций в зависимости от таких обстоятельств как положение в отрасли и на рынке. [В.С.Ефремов 6,7] .

В зависимости от занимаемой доли на рынке предприятия классифицируются следующим образом В.Р. Веснин [4], В.Н. Парахина [9].

Лидер рынка занимает более 40% рынка. Имеются большие возможности по формированию стратегий и, следовательно, набора методов и приемов по её реализации. Может организовать активную работу по расширению доли рынка. В противном случае обороняет свою часть рынка.

Претендент на лидерство (фирма бросающая вызов рыночному окружению). Доля на рынке может составлять до 30%. Основная цель захват дополнительных частей рынка за счет отвоевания их у других фирм.

Последователь, который может занимать долю на рынке до 20%. Стратегия конкурентного поведения состоит из охраны своей доли на рынке. Последователь старается удержать своих клиентов. Это позволяет оптимизировать маркетинговые расходы и использовать опыт первопроходцев в инновациях

Окопавшийся в рыночной нише (знающих надлежащее место на рынке). Стратегия данных фирм сконцентрирована на поиске и захвате тех мест на рынке, которые временно оказались не занятыми.

Позиционирование на рынке может определяться по нескольким признакам. Это имеет смысл использовать, в случае если на рыночное лидерство претендует несколько фирм. Вместе с тем анализ по многим компонентам усложняет процесс анализа и может сделать не вполне удачным по причинам как недостаточности, избыточности и противоречивости информации. Количество факторов велико и степень воздействия их на организации может различаться. По мнению А.Т. Зуб [5] необходимо выделять значимые факторы и оценка по одному признаку может выглядеть как предпочтительная.

Цель исследований выполнить позиционирование предприятий общественного питания на примере вузовского общепита г.Екатеринбурга.

Исследования по позиционированию проводились согласно методики изложенной Т.А. Бурцева [3], Н.Г. Каменева и др. [8]. Стратегический групповой анализ применяется для анализа конкурентной среды. Это дает возможность определить группы организаций со сходными стратегическими характеристиками. Одним из показателей может быть размер организаций М. Портером [10], А.Т. Зуб [5].

Рыночная доля определялась по количеству обслуженных студентов в столовых вуза по отношению ко всему рынку. Темп прироста определялся по изменению рыночной доли предприятия за период 2010-2012 гг. Затем происходило объединение в стратегические конкурентные групп (Табл.1).

Таблица 1

Конкурентная карта рынка вузовского общепита г.Екатеринбурга

Рыночная доля Темп прироста	Лидеры рынка	Предприятия с сильной конкурентной позицией	Предприятия с слабой конкурентной позицией	Аутсайдеры рынка
Предприятия с быстро растущей конкурентной позицией		УрГЛТУ, УрГПУ		УрКИП, Е-АиУиП
Предприятия с улучшающей конкурентной позицией	УрФУ, УрГУПС	УрГЮУ, УрГАУ, УрГГУ	УрГЭУ, УрГАХА, УрАГС	ИМС, УрГИ, УрИБ, МиР, ЕТИ, УГК, УрИЭУИПР,
Предприятия с ухудшающей конкурентной позицией		УрГМУ, РГППУ		ГУ, УрФР
Предприятия с быстро ухудшающей конкурентной позицией			УрФЮИ	

Составлено по материалам Министерства агропромышленного комплекса и продовольствия Свердловской области

В сегмент лидеров вузовского общепита мегаполиса входит два вуза. Уральский федеральный университет (УрФУ) занимает 35,89% рынка. При этом организация находится в зоне улучшающейся конкурентной позиции. Фирма может реализовывать стратегии агрессивного наступления с целью создания конкурентных преимуществ. Возможны также стратегии агрессивной обороны имея цель затруднить доступ на рынок другим фирмам или стратегии конкурентного давления на преследующие организации.

Уральский государственный университет путей сообщения (УрГУПС) занимает 10,2% рынка. При этом организация находится в зоне улучшающейся конкурентной позиции. Потенциал организации значительно ниже, чем у лидера, что значительно ограничивает наступательные возможности.

Группа вузов с сильной конкурентной позицией состоит 7 государственных вузов, которые занимают долю на рынке в диапазоне 4,2-9,7%.

Для 4 вузов характерна слабая конкурентная позиция с занимаемой долей на рынке в диапазоне 0,7-41%.

Многочисленная группа из 11 вузов составляют аутсайдеры рынка, доля которых на рынке находится в диапазоне 0,6-0,11%,

В быстрорастущей конкурентной позиции в диапазоне 9,71-80,14% находится Уральский государственный лесотехнический университет (УрГЛТУ), Уральский государственный педагогический университет (УрГПУ), Уральский институт коммерции и права (УрКИП), Евразийский институт управления и права (Е-АиУиП). Эти организации демонстрируют рост конкурентных позиций.

Большая часть участников рынка вузовского общепита (15) находится в состоянии с улучшающей конкурентной позицией. Диапазон изменения показателя незначителен 0-9,7%. Такая ситуация характеризует определенную стабильность рынка вузовского общепита мегаполиса.

В сегменте предприятий с ухудшающей конкурентной позицией диапазон показателей составляет -0,1 до -3,1%. Сюда входят 2 государственных вуза и 2 негосударственных вуза.

В сегменте предприятий с быстро ухудшающей конкурентной позицией диапазон изменения показателя составляет -3,2% до -9,2%. Сюда относится Уральский финансово-юридический институт (УрФЮИ).

Таким образом, стратегическое позиционирование предприятий вузовского общественного питания мегаполиса поможет определить перспективы развития организаций и формирование конкурентных стратегий.

### Список литературы

1. Аакер Д. Стратегическое рыночное управление [Текст] - СПб.: Питер, 2007. - 496 с.
2. Бараненко С.П. Стратегический менеджмент [Текст] / С.П. Бараненко, М.Н. Дудин, Н.В. Лясников, - М.: ЗАО Центрополиграф, 2010, - 319 с.
3. Бурцева Т.А. Оценка эффективности информационного обеспечения маркетинговых решений [Текст] / Т.А.Бурцева, Н.В.Никонова, Н.А.Миронова //Маркетинг в России и за рубежом, 2006, N1, с. 2-10.
4. Веснин В.Р. Стратегическое управление. [Текст] – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2006. -328 с.
5. Зуб А.Т. Стратегический менеджмент [Текст] – М.: Издательство Юрайт, 2013. – 375 с.
6. Ефремов В.С. Организация, бизнес-системы и стратегическое планирование [Текст] // Менеджмент в России за рубежом. 2001, № 2
7. Ефремов В.С. Стратегическое планирование в бизнес-системах. [Текст] М.: 2001
8. Каменева Н.Г. Маркетинговые исследования [Текст] / Н.Г. Каменева, Поляков В.А. – М.: Вузовский учебник, ИНФРА-М, 2013. – 368 с.
9. Парахина В.Н. Стратегический менеджмент [Текст] /В.Н. Парахина, Л.С.Максименко, С.В. Панасенко. - М.: КНОРУС, 2008. -496 с.
10. Портер М.Э. Конкуренция [Текст] /пер. с англ. – М.: Вильямс, 2001. - 495 с.

## ФИНАНСОВАЯ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТЬ СЛИЯНИЙ И ПОГЛОЩЕНИЙ

**Алферов Н.В.**

научный руководитель: к.э.н., с.н.с., Капанова Л.Д., г.Мытищи

Процесс слияний и поглощений или, по-другому, процесс М&А (от англ.: mergers and acquisitions – М&А) исключительно важен для любой компании. В условиях глобализации и возросшей конкуренции, изменения бизнес-процессов компаниям нужно приспосабливаться к изменяющимся условиям, быть гибкими, готовыми к действиям, чтобы остаться на плаву. Двадцатый век сильно изменил экономическую конъюнктуру: возросла роль государственного регулирования, были созданы интернет-технологии, появились новые отрасли. Кризис 2008 года продемонстрировал сильную взаимосвязь экономик разных стран, когда кризис на ипотечном рынке США стал причиной мирового финансового кризиса и привел к банкротству многих не только мелких и средних компаний, но и международных корпораций.

Начиная со второй половины XX в. основным фактором развития мирового хозяйства становится ускорение научно-технического прогресса, определяющего экономические и социальные предпосылки становления и трансформации производственных и финансовых рынков национальных экономик. Следствие их

развития – становление мирового хозяйства как глобальной системы, элементы которой находятся в тесной взаимосвязи (взаимозависимы).

Слияния и поглощения – один из наиболее распространенных способов развития, к которому прибегают практически все компании в течение своего жизненного цикла. Это очень типичный процесс в рыночной экономике. Слияния и поглощения изменяют структуру сегментов, отраслей, рынка, что влияет на финансовый рынок в целом. Интерес к слияниям и поглощениям в мире очень высок, а степень активности на данном рынке является важным индикатором состояния экономики.

Новые информационные технологии позволили этим компаниям управлять интернационализируемыми производственными компаниями на расстоянии. Основой для бума слияний и поглощений на современном этапе явилось сочетание всех перечисленных факторов. В то же время на активность этих процессов очень часто влияет наличие кризисных ситуаций. В условиях кризиса многие компании, стремясь избежать ухудшения финансового положения и даже банкротства, очень часто присоединяются к более успешному конкуренту.

На сегодняшний день в общемировой и российской практике сложилась ситуация, когда для обеспечения роста бизнеса предприятия возникает необходимость в процессах слияния и поглощения и это неудивительно, ведь особенно в последние годы резко возрос уровень глобальной конкуренции в большинстве сфер деятельности, который вынуждает компании к интегрированию.

Актуальность темы исследования состоит в том, что для российских предприятий, осуществляющих свою производственную деятельность в конкурентной борьбе необходимо эффективно адаптироваться к стремительно изменяющимся рыночным условиям. Именно слияния и поглощения становятся той стратегией роста, которая позволяет предприятию не только сохранить свои позиции на рынке, но и «выбиться» в лидеры.

Ряд экономистов утверждают, что слияния и поглощения – рядовое явление рыночной экономики и что ротация собственников необходима для поддержания эффективности и предотвращения застоя. Другая часть управленцев считают, что слияния и поглощения «убивают» честную конкуренцию и не ведут к развитию национальной экономики, так как разрушают стабильность и уверенность в завтрашнем дне, отвлекая ресурсы на защиту.

Слияния могут повысить стоимость компании и принести множество других преимуществ, но далеко не все сделки заканчиваются благополучно, любой просчет может привести компанию к гибели. Стремление к высокой стоимости заставляет компании искать все новые, более эффективные способы структурирования сделок, которые бы позволяли создавать стоимость, а не разрушать ее. Необходимо грамотно структурировать сделку, от этого зависит очень многое, это является одним из ключевых элементов в успешном завершении сделки.

Объективная целесообразность проведения слияний и поглощений в условиях формирования глобальной системы мирового хозяйства, с одной стороны, и крайне низкая эффективность данных процессов – с другой, обуславливают актуальность исследования М&А.

## **СЕКЦИЯ №17.**

### **ТЕОРИЯ УПРАВЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИМИ СИСТЕМАМИ**

#### **ОСОБЕННОСТИ РЕГЛАМЕНТАЦИИ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ КОММУНИКАЦИЙ В КОРПОРАТИВНЫХ ОБРАЗОВАНИЯХ ОБОРОННОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ**

**Шеленкова Е.В.**

Московский авиационный институт (Национальный исследовательский университет), г.Москва

Особенность деятельности корпоративных образований таких отраслей оборонной промышленности как: радиоэлектронная, авиастроительная, ракетно-космическая, судостроительная и др. на сегодняшний день заключается в том, что им приходится функционировать в условиях постоянного ужесточения требований, предъявляемых к конкурентоспособности продукции и предприятия на мировом рынке. Непрерывная трансформация требований к конкурентоспособности обусловлена такими факторами как экспоненциальный рост глобализации, стремительное развитие научно-технического прогресса (основополагающее условие

развития и интенсификации производства), экономическая и политическая обстановка в Море, последние из которых, в 2014-15 гг. стали определяющими для предприятий оборонно-промышленного комплекса (далее – ОПК) России.

Глобализация – качественно новый уровень интернационализации производства, экономических, социально-политических и культурных отношений, в результате которых происходят качественные изменения определенных процессов деятельности, которые, в свою очередь приводят к переработке и/или разработке большего числа документов во внешней среде предприятия. За последнее десятилетие было разработано, внедрено и принято к исполнению множество программ, стратегий развития, модернизации и реорганизации не только отдельных направлений деятельности (реорганизация закупочной деятельности) наукоемких предприятий, но и их структуры (например: объединение предприятий отрасли в единую корпоративную структуру (ПАО «ОАК»), а также изменение порядка создания, деятельности и ликвидации юридических лиц (вступающий в силу с 01.09.2015 г. Федеральный закон от 5 мая 2014 г. № 99-ФЗ «О внесении изменений в главу 4 части первой Гражданского кодекса Российской Федерации и о признании утратившими силу отдельных положений законодательных актов Российской Федерации»).

На пути к достижению и/или поддержанию конкурентоспособности и адаптации к постоянно изменяющимся условиям внешней среды, предприятия вынуждены искать новый инструментарий, позволяющий им достигать поставленных стратегических целей. В ситуации с крупными корпоративными образованиями «открытого» типа спектр используемого организационно-управленческого инструментария намного шире, разнообразнее и имеет меньше ограничений в области применения, нежели чем в корпоративных образованиях оборонно-промышленного комплекса (далее – ОПК). Тотальное применение системы менеджмента качества (англ. Total Quality Management), использование командообразования (англ. Team building – построение команды), применение процессного управления, свободное использование ИТ-продуктов (использование специализированного программного обеспечения и программных комплексов передачи и обработки информации) – позволяют с легкостью адаптироваться к изменяющимся условиям внешней среды, о чем свидетельствуют результаты многочисленных апробаций и многолетний зарубежный опыт крупнейших корпораций, выпускающих продукцию серийного и массового потребления. При попытках внедрения данного инструментария на предприятиях ОПК, возникает ряд вопросов связанных не только, с использованием опыта, применения такого инструментария, но и внедрением отдельных его элементов (например: ограничения в использовании программного обеспечения). Это обусловлено не только территориальной удаленностью субъектов корпоративных образований, разнообразием профессий и профессиональной подготовки сотрудников, а в большей степени спецификой деятельности предприятий, которая накладывает определенные ограничения на взаимодействие предприятий ОПК с внешней средой и используемую систему организационных коммуникаций, рассчитанную на координацию большого числа сотрудников, непосредственно в самих корпоративных образованиях.

Выстраиваемая на предприятиях ОПК система организационных коммуникаций предполагает наличие в своем арсенале «жестких» и «мягких/ гибких» элементов. Риск разглашения секретной и/ или информации предназначенной только для служебного пользования, возрастает прямо пропорционально числу участников процесса, что обуславливает наличие таких «жестких» элементов системы организационных коммуникаций как регламентация.

Регламентация процессов деятельности предприятия в свою очередь позволяет систематизировать, обобщать, стандартизировать и фиксировать порядок решения руководителями задач, возникающих в ходе организации трудового процесса/ процесса работы, а также определить «границы» и способы передачи, обмена и распространения информации. От качества регламентации процессов посредством регулирующей группы (к которой относятся инструкции, положения, стандарты, методики, программы, приказы, распоряжения и т.д.) зависит эффективность работы и скорость адаптации предприятия к изменяющимся условиям внешней среды. Для крупных научно-производственных образований (корпораций) продукт регламентации основополагающих процессов деятельности предприятия выступает в качестве одного из центральных элементов, вокруг которого выстраивается определенный механизм организационного взаимодействия между различными структурными подразделениями предприятия, а в некоторых случаях и с внешними контрагентами. Также следует отметить, что регламентирующие документы выступают в качестве организационно-методического механизма обеспечения процессов реализации программ стратегического развития высокотехнологичных предприятий.

«Гибким» элементом системы организационных коммуникаций является выстраивание взаимоотношений между персоналом, задействованным в едином коллективном трудовом процессе, развитие навыков коллективной работы действующего и потенциального персонала предприятия (занимающих как управленческие, так и инженерные должности на предприятии).

Поскольку в основе системы организационного проектирования заложены концепция системного окружения, концепция управления, концепция организационных преобразований, она обладает достаточным инструментарием не только для выявления локальных тенденций и ключевых факторов изменения внешней среды для конкретной корпорации, но и позволяет разрешить сложности, возникающие при принятии управленческих решений в таких ситуациях. Использование системы организационного проектирования в период реорганизации закупочной деятельности на предприятиях, входящих в состав ОАО «Концерн ПВО «Алмаз-Антей», позволило разработать нормативный («Методика учета одноименности закупаемых товаров, работ, услуг в соответствии с Общероссийским классификатором видов экономической деятельности, продукции и услуг (ОКДП)») и методический («Методика по организации деятельности при проведении процедуры размещения заказа на закупку товаров, работ, услуг у единственного поставщика (подрядчика, исполнителя)») документы, которые позволили:

- регулировать информационные потоки;
- ранжировать доступ пользователей к информации;
- адаптировать сложившиеся информационные потоки к изменениям процесса закупочной деятельности предприятия;
- развить корпоративные сети и системы;
- наладить «систему обратной связи»;
- развить контрольно-управленческую информационную систему;
- повысить качество информированности всех участников процесса (минимизация риска потери сути сообщения при передаче информации от «источника» к «адресату» (пользователю информации)).

#### **Список литературы**

1. Карякин А.М. Командная работа: основы теории и практики. - Ивановский государственный энергетический университет. - Иваново, 2003.
2. Постиндустриальный мир и процессы глобализации. //Мировая экономика и международные отношения. - 2000. - №3. - С. 93.

## **СЕКЦИЯ №18. ТЕОРИЯ СОВРЕМЕННОГО МЕНЕДЖМЕНТА**

## **СЕКЦИЯ №19. УПРАВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ ПЕРСОНАЛА**

### **АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ УПРАВЛЕНИЯ ВРЕМЕННЫМ ПЕРСОНАЛОМ**

**Шутина О.В., Огорелкова Н.И.**

Сибирский институт бизнеса и информационных технологий

На фоне активной интеграции России в мировую экономику производственные организации находятся под сильнейшим давлением со стороны внешней среды. Очень сложно обеспечить стабильное, без колебания объемов производство. А колебание объемов производства влечет за собой необходимость регулирования численности рабочего персонала для обеспечения стабильной занятости и отсутствия переработок, простоев. В связи с появившейся потребностью в технологии управления данным процессом, все более значимое положение в организации занимает служба управления персоналом, которая создает условия для гибкого использования рабочей силы, оптимизации процессов.

На сегодняшний день неоспорима выгода привлечения временных сотрудников. В пользу их найма можно привести такие аргументы, как упрощенное юридическое оформление и схема прекращения трудового договора с неподходящим сотрудником, освобождение компании от большого количества платежей, связанных с содержанием постоянного сотрудника, т.е. налогов на заработную плату, страховых, отчислений в различные фонды, а также снижает административные и бухгалтерские издержки.

Временный персонал - это персонал, нанимаемый под определенный проект со сроком найма от 6 часов до 6 и более месяцев, в зависимости от длительности проекта или обязанностей сотрудника.

Временный персонал обычно представляет собой мерчендайзеров, промоутеров, переводчиков, работников производств или торговой отрасли, персонал, привлекаемый для проведения выставок, презентаций, конференций и т.д.

Как правило, компании предпочитают пользоваться услугами временного персонала ввиду фактора сезонности в бизнесе, необходимости найма редкого специалиста на определенный срок, временной замены специалиста, освободившего должность (на срок болезни, декрета, отпуска и т.д.) или когда требуется привлечь дополнительный персонал, например, для проведения промо-акций или маркетингового исследования. Более того, компаниям выгодно пользоваться услугами временного персонала ввиду оперативного подбора квалифицированного персонала в запрашиваемом количестве и обговоренные сроки со стороны провайдера услуг, при этом снижая объем кадрового документооборота[4].

Временный набор персонала, кроме своей основной цели — обеспечения организации людьми на определенный период, может быть прекрасным способом проверки временно нанятых работников с целью возможного продолжения сотрудничества с ними на долговременной основе.

Ситуации, когда компании привлекают временный персонал таковы [3]:

- ограничения по найму постоянного персонала;
- специальные проекты;
- особые периоды деятельности компании;
- отпуска сотрудников;
- сезонные пики;
- болезни сотрудников.

К основным формам использования временного персонала относят:

- наем на постоянной основе и увольнение необходимого числа работников;
- наем по срочным трудовым договорам;
- сверхурочные работы;
- суммированный учет рабочего времени;
- маневрирование рабочей силой на основе профессиональной мобильности (совмещение профессий, перемещение работников с одного рабочего места на другое);
  - внутреннее совместительство;
  - режимы неполной занятости работников.

На Западе практика привлечения временного персонала юридически закреплена. Существуют четко прописанные законодательные положения, определяющие и регулирующие взаимоотношения сторон при найме временного персонала. Поэтому в иностранных компаниях такая практика широко распространена. В некоторых фирмах, особенно японских, временный персонал, так называемые «контрактеры», может составлять до 90% от всех сотрудников компании.

После кризиса 1998 года опыт иностранных компаний пришлось перенимать и некоторым российским. Одной из первых схем работы с временным персоналом было систематическое увольнение сотрудников до истечения испытательного срока и найм на их место новых.

В настоящее время решение компании о привлечении временного персонала определяется, прежде всего, его кадровой стратегией.

При выборе формы использования временного персонала рекомендуется учитывать следующие критерии:

1. продолжительность и глубину изменения объема производства;
2. продолжительность отрезка времени, в течение которого фактическая численность персонала может быть приведена к требуемой (нормативной);
3. материальные затраты и экономия, связанные с применением выбранной формы гибкого использования рабочей силы.

Кроме того, существуют компании с ярко выраженной сезонностью бизнеса. Чаще всего дополнительный персонал требуется летом, но есть и другие пиковые сезоны. Дополнительные сотрудники нужны в период предпраздничных продаж и проведения банкетов (8 марта, 9 мая, Новый год), когда необходимо усиление команды.

Привлечение временного персонала идет активно в сферах, где востребован малооплачиваемый и низкоквалифицированный труд (например, в строительстве). Высокотехнологичным отраслям требуются

квалифицированные работники, усиливающие конкурентоспособность компании, умеющие грамотно мыслить, готовые к профессиональному росту, временный персонал здесь не может помочь.

Как показывает практика наиболее востребованными являются следующие формы использования временного персонала:

Лизинг персонала – аренда персонала компанией на долгосрочной основе [1]. При этом работник числится в штате агентства – провайдера, а реально работает в той компании, куда направляет его агентство.

Аутсоринг – (буквально: вне источника) – за пределы компании выводится не конкретный персонал, а определенная функция. Это может быть уборка помещений, транспортные услуги, компьютерная поддержка, аудит, маркетинг и т.п.[1]

Аутстаффинг – (выведение персонала за штат) – оформление в штат агентства-провайдера уже работающего персонала компании, который компания по тем или иным причинам не может держать у себя в штате [1].

Для анализа использования возможных способов привлечения временного персонала нами было проведено исследование на некоторых омских предприятиях с выраженным сезонным колебанием объемов производства от чего напрямую зависит дополнительная потребность в персонале. В ходе исследования было выявлено несколько способов привлечения временного персонала для выполнения низкоквалифицированных работ.

1 способ: сохранение максимальной численности персонала, в течение всего рассматриваемого периода независимо от потребности в периоды небольших объемов производства.

2 способ: подбор персонала на сезон с последующим оформлением части работников на постоянный трудовой договор и предоставлением рабочих мест в компаниях с кроссовым сезоном.

3 способ: подбор персонала на сезон с последующим высвобождением и поиском новых сотрудников на новый сезон.

4 способ: регулирование численности путем естественного оттока персонала и массового подбора по мере надобности.

5 способ: Сохранение основного состава работников, имеющих особые навыки и квалификацию. Привлечение работников посредством аутсорсинга в периоды больших объемов производства.

Нам известно, что каждый способ был выбран в разные временные промежутки, значит, были разные условия и разная степень влияния внешних факторов, но по нашему мнению их можно сравнивать и делать на основе этого выводы.

У каждого способа есть свои недостатки и преимущества. Первый и второй способ гарантирует работодателю стабильность большей части персонала, а также снижение затрат на обучение и адаптацию работников. Специалисту по подбору не нужно осуществлять массовый подбор. Но при этом работники все равно остаются недовольны снижением заработка. При использовании данного способа предприятие несет значительные затраты на оплату простоя работникам.

Третий способ позволяет избежать больших затрат на оплату простоя, однако при его осуществлении есть риск не успеть подобрать и адаптировать нужное количество рабочих. А чтобы избежать данного риска, нужно повышать расходы, следовательно результат опять неутешительный.

Четвертый способ позволяет избежать больших затрат на оплату простоя, однако при осуществлении четвертого способа есть риск не успеть подобрать и адаптировать нужное количество рабочих. А чтобы избежать данного риска, нужно повышать расходы, следовательно результат опять неутешительный.

Пятый способ, на наш взгляд самый логичный. Использование аутсорсинга позволяет не только обеспечить производство нужным количеством рабочих рук, но сэкономить часть денежных средств. В настоящих условиях данный способ легко осуществим. Но требует корректировки условий предоставления персонала, для повышения качества работы.

Таким образом, проанализировав способы привлечения и использования временного персонала на омских предприятиях, мы выяснили, что используя услуги кадрового агентства, компания сможет избежать таких рисков, как потеря наиболее успешных работников и их уход на предприятия с кроссовым сезоном, а также потеря значительных финансовых ресурсов, связанных с оплатой простоя временных работников.

Аутсорсинг персонала позволяет очень гибко управлять человеческим капиталом, делая кадровую политику компании более эффективной и обеспечивая необходимую мобильность для реализации каких-либо проектов или осуществления специализированных работ. В современных условиях аутсорсинг персонала наиболее востребован при реализации временных работ.

### Список литературы

1. Аникин Б.А., Рудая И.Л. Аутсорсинг и аутстаффинг: высокие технологии менеджмента. - М.: ИНФРА-М, 2009. – 349 с.
2. Бедненко А. С временным персоналом без постоянных забот// Служба кадров и персонал. 2011.- № 8. - С. 9-14.
3. Гаврикова И.А. Увольнение сезонного работника// Зарплата. 2010.- №7 // <http://www.zarplata-online.ru/art/105684>
4. Дуракова И.Б., Родин О.А., Талтынов С.М. Теория управления персоналом: Учебное пособие. - Изд-во ВГУ, 2004. - 83 с.
5. Бедненко А. С временным персоналом без постоянных забот// Служба кадров и персонал. 2011.- № 8. - С. 9-14.
6. Власова М.А. Развитие персонала современной организации. - СПб.: Питер, 2008. - 127 с.

## СЕКЦИЯ №20. ФИНАНСЫ И НАЛОГОВАЯ ПОЛИТИКА

### ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ НАЛОГОВОЙ СИСТЕМЫ И ГОСУДАРСТВЕННЫХ ВНЕБЮДЖЕТНЫХ ФОНДОВ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**Храмцова В.В.**

Российский экономический университет им. Г.В.Плеханова, г.Москва

Совершенствование налоговой системы реализуется за счет совершенствования ее основных составляющих. Накопившиеся проблемы требуют неотложного решения, поскольку эффективность деятельности любой организации напрямую зависит от условий, в которых она осуществляется. А совокупность уплачиваемых налогов влияет на саму перспективность ведения деятельности организаций.

Действительно, любая деятельность организации, направленная на повышение уровня рентабельности, максимизации валовой прибыли может оказаться заведомо бесперспективной, если не будет учитываться фактор изъятия части прибыли в процессе налогообложения.

Оптимизация налогообложения должна осуществляться в первую очередь за счет комплекса мероприятий, проводимых организацией самостоятельно в рамках действующего законодательства. Основное содержание такого явления как оптимизация налогообложения подразумевает, в первую очередь, стремление налогоплательщика снизить размер своих отчислений в бюджет.

Любые законные способы уменьшения налога подразумевают в своей основе учетный характер и оказывают существенное влияние на рентабельность и денежные потоки организации. Они снижают степень изъятия прибыли, сужая налогооблагаемую базу [1].

Налоговая оптимизация в организации преследует цель уменьшения размера налоговых обязательств за счет льгот, налоговых освобождений и других различных приемов и способов, при которых экономический эффект в виде уменьшения налоговых платежей достигается путем квалифицированного проведения мероприятий по исчислению и уплате налогов. Налоговая оптимизация не имеет ничего общего с уклонением от уплаты налогов, поскольку с ее помощью вопросы неуплаты налогов переходят в плоскость исключения ситуаций связанных с переплатой налогов и применения к организации различного вида санкций.

Сегодня российское налоговое законодательство предоставляет большие возможности для снижения размера налоговых платежей, например, возможность принятия различных видов учетной политики, то есть выбора метода определения выручки от реализации продукции, порядка списания активов, возможность оптимизации посредством заключения различных договоров [2].

Оптимизация налоговой системы, снижение масштабов уклонения от уплаты налогов напрямую связано с развитием системы управления противодействию теневой экономике в России и носит сегодня неоспоримый характер. Практика показывает, что многие принимаемые на макроуровне решения по противодействию теневой экономике не дают желаемого результата в силу недостаточной эффективности систем управления на различных уровнях. Актуальным остается вопрос координации противодействия теневым отношениям между

уровнями управления и консолидации усилий участников механизма (концепции) противодействия теневой экономике при решении конкретных задач на региональном и местном уровнях.

Многие положения Налогового кодекса до сих пор недостаточно проработаны с правовой точки зрения, что серьезно осложняет налоговый контроль и делает недостаточно прозрачными взаимоотношения государства с налогоплательщиками. Все это серьезно ухудшает налоговый климат в стране, нарушает стабильность российской налоговой системы и в определенной мере усиливает ее непредсказуемость [3, 4].

По мнению ученых, перспективное налоговое планирование в нашей стране практически не реализуется. Это связано с неопределенностью долгосрочных перспектив развития налоговой системы [5, 6].

Таким образом, в условиях кризисного периода, когда государство нуждается в точном обосновании возможностей мобилизации доходных источников для обеспечения стабильного финансирования долгосрочных программ развития и инноваций, следует вести работу по разработке методов оптимизации налоговой системы, технологий оценки среднесрочных и долгосрочных параметров налоговых поступлений в бюджетную систему.

Наиболее значимым направлением бюджетной политики является оптимизация внебюджетных фондов.

Основным направлением оптимизации расходов федерального бюджета на 2015 год является сокращение межбюджетных трансфертов бюджету Пенсионного фонда Российской Федерации, в том числе за счет уплаты дополнительного тарифа страховых взносов в бюджет Пенсионного фонда Российской Федерации страхователями (работодателями) в отношении выплат лицам, работающим на рабочих местах с опасными и вредными условиями труда, уплаты работодателями страховых взносов на накопительную часть трудовой пенсии в размере 2% или 6% исходя из выбора застрахованным лицом 1967 г.р. и моложе варианта своего пенсионного обеспечения, полноценного учета переходящих остатков неиспользованных средств, реализации ранее определенных правил для формирования и использования накопительной части страховых взносов [7, 8].

Доля расходов федерального бюджета и бюджетов государственных внебюджетных фондов Российской Федерации (после предоставления межбюджетных трансфертов) в общем объеме расходов бюджетной системы в 2015 году незначительно возрастет (в пределах 0,3 процента). Доля расходов консолидированных бюджетов субъектов Российской Федерации в 2016 году останется практически на уровне 2013 года и составит 33,7 процента.

Эти изменения обусловлены в первую очередь сокращением объемов межбюджетных трансфертов бюджетам субъектов Российской Федерации при повышении доли собственных доходов, в том числе за счет оптимизации структуры межбюджетных трансфертов.

В рамках реформирования пенсионной системы предусматривается увеличение размера пенсии лицам, принявшим решение отсрочить назначение пенсии после достижения пенсионного возраста (с учетом наличия необходимого страхового стажа), для стимулирования более позднего выхода граждан на пенсию.

Следует отметить, что в основных характеристиках бюджета Пенсионного фонда Российской Федерации учтены меры направленные на совершенствование системы обязательного пенсионного страхования Российской Федерации. Так, в частности, учтены следующие мероприятия:

- постепенное повышение предельной величины базы для начисления страховых взносов с 160 до 230% номинально начисленной среднемесячной заработной платы;
- индексация фиксированного базового размера по темпу роста цен (индекса потребительских цен);
- постепенное повышение требований к минимальному стажу с 5 до 15 лет;
- отмена корректировки размера трудовой пенсии с 1 августа по всем работающим пенсионерам;
- стимулирование стажа в отношении всех пенсионеров.

Целесообразно установление для всех застрахованных лиц моложе 1967 года рождения независимо от года вступления в отношения по обязательному пенсионному страхованию и независимо от реализации или не реализации права выбора инвестиционного портфеля управляющей компании (включая инвестиционные портфели государственной управляющей компании) или выбора негосударственного пенсионного фонда, направление на финансирование накопительной части трудовой пенсии 6,0 процента индивидуальной части тарифа страховых взносов.

При этом выбор варианта финансирования накопительной части трудовой пенсии в размере 2,0 процента индивидуальной части тарифа страховых взносов должен носить заявительный характер.

В заключение определения долгосрочных перспектив развития пенсионной системы позволяет эффективно реализовать возможности размещения средств Фонда национального благосостояния и пенсионных накоплений в ценные бумаги, связанные с реализацией самокупаемых инфраструктурных проектов.

### Список литературы

1. Акимова Е.В. «Резервы в целях налогообложения» // КонсультантПлюс. ВерсияПроф [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – [М.: Российский бухгалтер, 2015].
2. Морозова Т.В. Некоторые аспекты выбора общего режима налогообложения и учета налогов малыми предприятиями // Новый университет серия «Экономика и право» - 2015 - № 5 (51). С. 39-46.
3. Красноперова О.А. Налоговое планирование как элемент учетной политики 2014. [М.: ГроссМедиа, РОСБУХ, 2014.].
4. Максимова Т.Н. Налоговое планирование. // Консультант Плюс. Версия Проф [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – [М., "РОСБУХ", 2015].
5. Нестерова Н.В. Теневая экономика и уклонение от уплаты налогов // Управление экономическими системами, 2008 г.- № 1-С.12-18.
6. Морозова Т.В. Малые предприятия и индивидуальные предприниматели: налогообложение, учет и отчетность. М.: Юстицинформ, 2006. – 280с.
7. Основные направления бюджетной политики на 2014 год и плановый период 2015 и 2016 годов: <http://www.gosprogrammy.gov.ru>.
8. Основные направления налоговой политики Российской Федерации на 2015 год и на плановый период 2016 и 2017 годов (одобрено Правительством РФ 20.05.2014).

## СЕКЦИЯ №21.

### ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ

#### РОЛЬ ИНВЕСТИЦИЙ В СОВРЕМЕННОМ РАЗВИТИИ АРХАНГЕЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ

К.э.н., доцент Васильева А.С.

Филиал ФГАОУ ВПО «Северный (Арктический) федеральный университет имени М.В. Ломоносова»,  
г.Северодвинск, Архангельская область

Архангельская область - регион современного судостроения, лесной индустрии, рыбной промышленности. С точки зрения инвестиционной привлекательности, он обладает несомненными преимуществами: выгодное географическое положение (развитый транспортный узел и доступ к морю), близость к потребительскому рынку России и Европы, богатые природные ресурсы (лес, рыба, полезные ископаемые), наличие развитого машиностроительного кластера. Для освоения этих богатств необходимо привлечение в регион инвестиций и повышение инвестиционного потенциала области.

Кризис в конце 2008 года привел к резкому сокращению объема инвестиций в основной капитал в 2009 году. Индекс инвестиций по РФ снизился до 0,91, а по Архангельской области – до 0,5 (Рисунок 1). Объем капиталовложений на душу населения по региону составил 59,8 тыс.руб. (против 116,3 тыс.руб. в 2008 году) (Рисунок 2). Удельный вес объема инвестиций по Архангельской области в общероссийском объеме снизился до 0,93%.

Доходы населения области в 2008г. реально с учетом инфляции возросли всего лишь на 8,7%. Просроченная задолженность по заработной плате в области на 1 января 2009г. составила 1,2 млн.руб., а к 1 февраля возросла в 7,5 раз. Это привело к сокращению доли доходов населения, идущей на сбережения до 5,3% (Рисунок 3).

2010 год стал годом стабильного развития. Объем инвестиций в основной капитал региона вырос на 26,4% (Рисунок 1), а на душу населения – на 35,4%, составив 81 тыс.руб. (Рисунок 2). ВРП области увеличился на 15%. Доля доходов населения, идущая на сбережения, достигла максимального за последние годы значения – 14,8% (Рисунок 3).

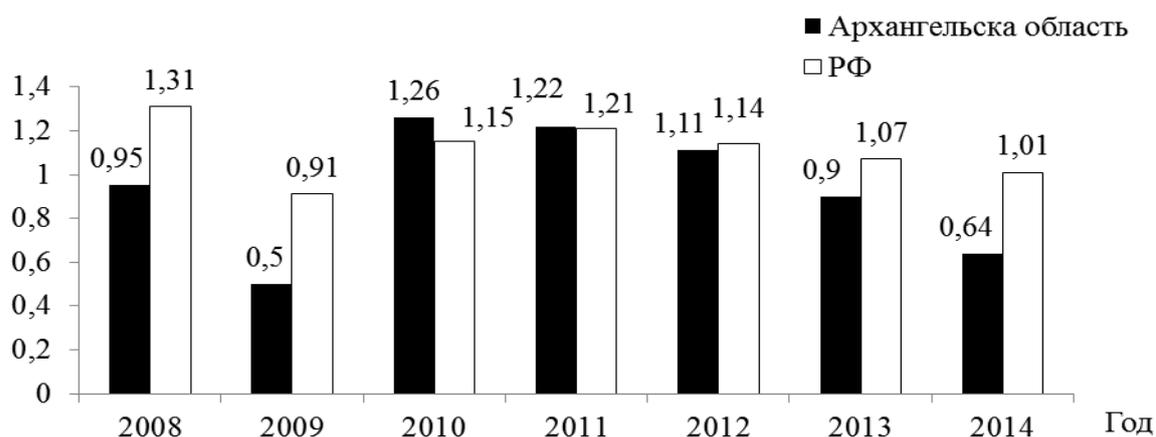


Рис.1. Индексы объема инвестиций в основной капитал (в % к пред. году)

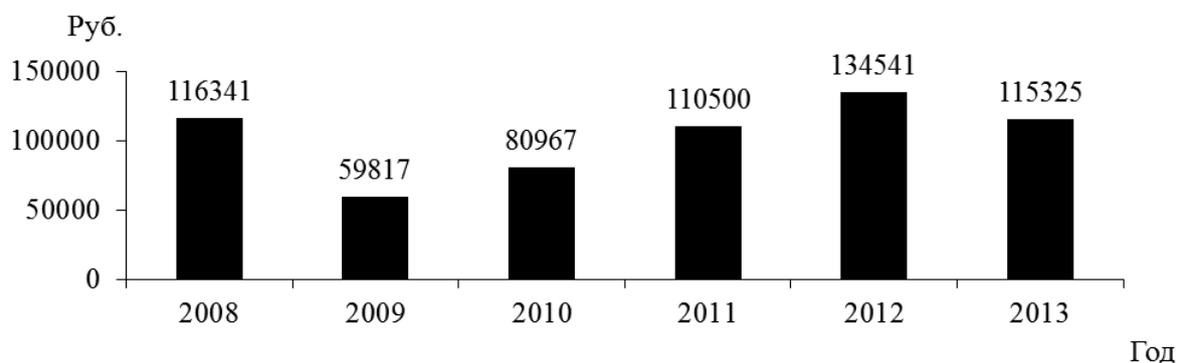


Рис.2. Объем инвестиций в основной капитал на душу населения в Архангельской области

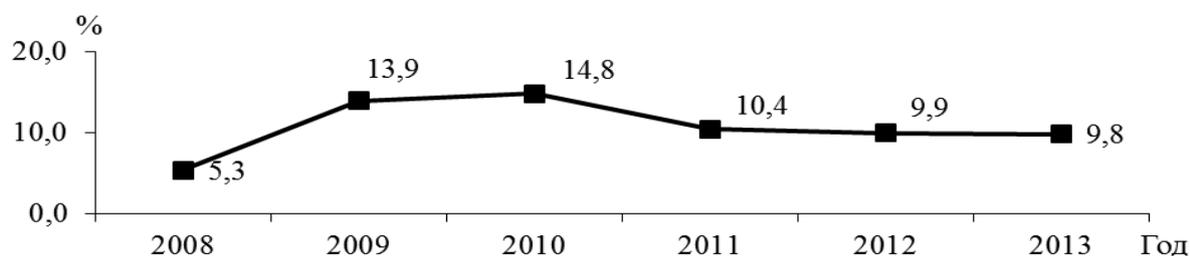


Рис.3. Доля доходов населения, идущая на сбережения в РФ

Однако с 2011 года вновь наблюдается замедление темпов экономического роста, что обусловлено деятельностью ведущих предприятий области и влиянием мирового финансового кризиса. Темпы роста объемов промышленного производства по Архангельской области снижаются и не превышают общероссийский показатель. Объем инвестиций в основной капитал хоть и растет, но все более медленными темпами – в 2011 году на 22%, в 2012 году на 11% (Рисунок 1). А в 2013 году вообще сократился на 10%, составив по Архангельской области 157,3 млрд.руб. (1,16% от общероссийского объема). ВРП региона за 2012 - 2013 годы вырос лишь на 7%, а его доля в ВВП страны снизилась до 0,76%. Доля доходов населения, идущая на сбережения, упала до 9,8% (Рисунок 3).

Анализ источников финансирования показал, что инвестиции в основном осуществляются за счет привлеченных средств (более 50%) (Табл.1). При этом доля бюджетных источников составляет лишь 20%, что обусловлено дотационностью бюджета северного региона.

Таблица 1

Структура инвестиций в Архангельской области по источникам финансирования, %

Источник финансирования	2008 г	2009 г	2010 г	2011 г	2012 г	2013 г
собственные	22,1	35,0	50,4	31,2	37,8	41,6
привлеченные	77,9	65,0	49,6	68,8	62,2	58,4

в т.ч. бюджетные:	6,9	16,1	18,1	23,3	15,4	21,8
-------------------	-----	------	------	------	------	------

В структуре инвестиций (Табл.2) видно, что преобладают частные инвестиции. Их доля к 2010 г сначала растет до 49%, а затем вновь снижается к 2013 г до 37%. К 2013 году по северному региону существенно возрастает доля иностранных инвестиций - до 17%, обусловленная их притоком в деятельность крупных предприятий области (в т.ч. ОАО «ПО «Севмаш»). Тем не менее, доля российской собственности продолжает оставаться преобладающей (более 70%).

Таблица 2

Структура инвестиций в основной капитал в Архангельской области по формам собственности, %

Форма собственности	2008 г	2009 г	2010 г	2011 г	2012 г	2013 г
Всего	100	100	100	100	100	100
в т.ч. 1. Российская	52,2	66,1	75,1	74,8	72,5	73,6
из нее: государственная	9,4	17,0	15,3	24,7	17,7	23,6
муниципальная	3,1	3,9	4,0	2,5	1,9	1,7
частная	35,5	39,5	49,0	29,9	30,3	37,0
смешанная российская	4,2	5,7	6,8	17,7	22,5	11,3
2. Иностранная	5,7	14,9	13,4	20,6	13,8	17,0
3. Совместная	42,1	19,0	11,5	4,6	13,8	9,4

В структуре инвестиций существенно преобладает доля капложений производственного назначения (около 80%), что обусловлено, в первую очередь, повышенной капиталоемкостью основных отраслей экономики, во-вторых, сокращением объемов строительства социальных объектов. Основная доля инвестиций региона – это инвестиции в здания и сооружения (Табл.3). В среднем 30% - в машины, оборудование и транспортные средства.

Таблица 3

Структура инвестиций в основной капитал по видам основных фондов в Архангельской области, %

Показатель	2008 г	2009 г	2010 г	2011 г	2012 г	2013 г
Всего, в т.ч.	100	100	100	100	100	100
жилища	2,9	6,7	5,5	3,8	3,7	3,5
здания и сооружения	48,3	44,1	39,5	51,1	55,8	47,0
машины, оборудование, транспортные средства	29,0	31,0	41,8	36,9	29,1	36,7
прочие	19,8	18,1	13,1	8,2	11,4	12,8

Как в 90-е годы XX в., так и сегодня инвестиции производятся по направлениям, в основном, отвечающим интересам сырьевых компаний. Доля инвестиций в добычу полезных ископаемых области составляет в среднем 40%.

2014 год стал для северного региона экономически достаточно тяжелым, что связано с напряженной политической ситуацией на мировом рынке и введенными в отношении России экономическими санкциями. Объем промышленного производства сократился на 11%. Объем инвестиций в основной капитал составил 63,9 млрд. руб. (64,4% аналогичного показателя предыдущего года) (Рисунок 1). Данное снижение инвестиций также обусловлено завершением работ на крупных объектах - горнообогатительном производстве месторождений алмазов им. В. Гриба и им. Ломоносова и предприятиях группы «Илим» в Коряжме. Основные объёмы инвестиций были направлены на развитие обрабатывающего производства – 14,38 млрд. руб. и сферы транспорта и связи – 14,91 млрд.руб.

Обеспечение благоприятного инвестиционного климата в 2014 году осуществлялось органами власти региона при помощи утверждения нового регламента сопровождения инвестиционных проектов, разработки и утверждения инвестиционной декларации Архангельской области, а так же при помощи специально созданной организации - Корпорация развития Архангельской области.

На сегодняшний день в регионе действует ряд законодательных актов, направленных на повышение инвестиционного потенциала области и привлечение инвестиций, действует государственная программа «Экономическое развитие и инвестиционная деятельность в Архангельской области». Они предусматривают

оказание информационной, консультационной, методической и организационной поддержки участникам инвестиционной деятельности, предоставление налоговых льгот, субсидий за счет средств областного бюджета. Однако действенность этих мер ограничена нехваткой бюджетных средств и дотационностью бюджета.

#### Список литературы

1. Васильева А.С. Риск осуществления инвестиционных проектов в современных условиях / Васильева А.С. // Экономика, статистика, информатика. Вестник УМО». – 2010. - №1. - С.13-19
2. Васильева А.С. Роль инвестиций в развитии региона. Монография. // LAP LAMBERT Academic Publishing. – 2014. – 109 с.
3. Васильева А.С. Экономическая дифференциация регионов России // Научное обозрение №2 2015, с.306-3014
4. Областной закон «О государственной политике Архангельской области в сфере инвестиционной деятельности» №188-15-ОЗ от 24.09.2010.
5. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики // <http://www.gks.ru>

## СЕКЦИЯ №22.

### ЭКОНОМИКА ТРУДА И УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ

#### ВТОРИЧНАЯ ЗАНЯТОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ РОССИИ: ПРИЧИНЫ И ПОСЛЕДСТВИЯ

Выскребенцева А.Н., Курбатова И.А.

Уральский Государственный Экономический Университет, г.Екатеринбург

В современной экономике отмечается многообразие факторов, влияющих на состояние рынка труда и усиливающих его флексибилизацию. Приспособляемость к изменяющимся социально-экономическим условиям проявляется, в частности, в существовании множества организационно-правовых форм занятости, различающихся нормами правового регулирования, продолжительностью и режимом рабочего времени, регулярностью трудовой деятельности, местом выполнения работы. Одной из таких форм является вторичная занятость.

Под термином «вторичная занятость» понимается деятельность граждан, связанная с дополнительной работой, помимо основного места работы. Это может быть совместительство, работа по контракту, случайная, разовая работа и т.д. Не относят к таковой работу на нескольких предприятиях, если это связано с основным местом работы, а так же выполнение работ на приусадебном участке, ремонт жилья, изготовление одежды или обуви для собственных нужд [3].

Данные социологических обследований показывают, что уровень вторичной занятости в России выше, чем в большинстве развитых стран, за исключением Италии, где, по некоторым оценкам, до 30% валового внутреннего продукта производится в «неформальном» секторе, тесно связанном с вторичной занятостью. В нашей стране уровень вторичной занятости сопоставим с развивающимися странами, но в отличие от них в России неформально занятые могут получать высокие доходы. По оценкам социологов, численность неформально занятых в России составляет 25 миллионов человек (более 30% экономически активного населения), при этом вторичнозанятые составляют значительную долю (21%) в неформальном секторе экономики [7].

Вторичная занятость населения – специфический социально-экономический процесс, отражающий изменение экономического поведения людей, трансформацию экономического мышления в соответствии с реальной хозяйственной практикой. Это одна из форм адаптации субъектов в условиях нестабильности, позволяющая в той или иной мере реализовать свои трудовые способности для достижения социально-экономических целей.

Вторичная занятость на современном рынке труда не является абсолютно новым явлением для российского общества. В период административной экономики скрытыми формами занятости выступали совместительство, сверхурочные работы и т.д. Рыночные реформы, снявшие запреты на дополнительную деятельность, в сочетании с кризисными явлениями вызвали как существенное расширение вторичной занятости, так и увеличение ее социальной роли.

Главной причиной включения работников в сферу вторичной занятости является стремление к повышению своего дохода. Оно возникает в результате низкого уровня оплаты труда работника на его основном рабочем месте. Для современной России характерна недооценка труда, в том числе - специалистов среднего, а порой и высокого уровня квалификации. Как показывают данные таблицы, около 30% работающих получают низкую заработную плату. Доля бедных, то есть получающих зарплату ниже прожиточного минимума, за 2009-2013гг. сократилась незначительно, составляя почти 8% работающих по найму; причем устойчивой тенденции к сокращению их удельного веса в этот период не наблюдалось. В то же время 4-5 % занятых в России в последние годы работают более 48-ми часов в неделю, а среди мужчин - 6-7 %.

Таблица 1

Индикаторы достойного труда

	2009	2011	2013
Работающие бедные (работники, получающие зарплату ниже величины прожиточного минимума), %	10,4	13,1	7,8
Доля занятых с низким уровнем зарплаты (ниже 2/3 медианы почасового заработка),%	29,0	28,8	28,1
Неравенство в распределении доходов (коэффициент фондов)	16,6	16,2	16,3
Доля занятых с чрезмерной продолжительностью рабочих часов (более 48 часов в неделю),%	5,7	4,4	4,4

Составлено по данным Росстата.

Не решаясь на увольнение и поиск нового рабочего места, работники используют вторичную занятость как дополнительный способ получения дохода, чтобы обеспечить себе и своей семье приемлемые условия жизни. К тому же в периоды экономических спадов работодатели сокращают рабочий день или рабочую неделю, оплачивая труд в соответствии с выполненным объёмом работ или с отработанным временем. Данные условия также стимулируют население к поиску дополнительной оплачиваемой работы [6].

Другой причиной вторичной занятости может стать стремление работников к повышению собственной конкурентоспособности на внешнем для основной квалификации рынке труда. Так, люди, находящиеся в секторе скрытой безработицы, не готовые к увольнению, в надежде на стабилизацию ситуации, ищут вторую работу, которая бы им помогла пережить тяжёлое время. В условиях успешного сотрудничества с новой организацией смежная деятельность может трансформироваться в основную. В этом случае вторичная занятость выступает связующим звеном, обеспечивающим смену рабочего места без периода безработицы и длительной адаптации в новой организации.

Весомой причиной может являться и недостаточность вакансий, предложенных на рынке труда, не позволяющая реализовать в полной мере трудовой потенциал населения. Эта проблема особенно актуальна для молодёжи. Оканчивая учебное заведение, молодые люди сталкиваются с несоответствием между желаемой и действительной работой. Неудовлетворенность выполняемыми функциями и заработком на основном месте работы побуждает молодых людей к поиску дополнительной работы, дающей возможность приобрести и реализовать профессиональные или коммуникативные навыки.

Ещё одна причина роста вторично занятого населения – это то, что данная деятельность фактически никак не регулируется законодательством и не облагается налогами. В Налоговом кодексе РФ были статьи, осуществляющие контроль над расходами граждан (86.1, 86.2 и 86.3), целью которых являлось установление соответствия крупных расходов физического лица его доходам. Контроль над расходами был введен в действие с 1 января 2000 года. Налоговый контроль осуществлялся посредством получения информации от организаций или уполномоченных лиц, производящих регистрацию имущества, регистрацию сделок и прав на него. Однако, по мнению кабинета министров, механизм государственного налогового контроля за расходами граждан фактически не работал, получаемая налоговыми органами информация не позволяла им знать реальные затраты физического лица на приобретение недвижимого имущества, что свидетельствует о неэффективности подобного механизма контроля. Более того, проведение этих контрольных мероприятий приводило еще и к дополнительным затратам бюджета[2]. Учитывая такую ситуацию, Правительство предложило упразднить налоговый контроль за расходами физического лица по всем сделкам. В связи с этим статьи 86.1, 86.2 и 86.3 Налогового кодекса РФ согласно Федеральному закону от 07.07.2003 года N 104-ФЗ

утратили силу. Авторы проекта хотели тем самым поддержать жилищное строительство и ипотечное кредитование в России. На деле же создались благоприятные условия для процветания неформальной занятости и лишения государственного бюджета части доходов.

Вторичная, как правило, неформальная, занятость является неотъемлемым элементом любого рынка труда и получает ту или иную распространенность в зависимости от общей социально-экономической ситуации в стране, уровня оплаты труда, законодательного регулирования занятости экономически активного населения. Роль неформальной занятости в России неоднозначна. Она в значительной степени поддерживает уровень жизни населения и снижает безработицу, являясь одним из элементов рыночного саморегулирования экономики.

В то же время следует отметить существенные проблемы, связанные с вторичной неформальной занятостью. В частности, экономическими издержками общества от неформальной занятости является недополучение социальных платежей и налоговых поступлений в бюджеты всех уровней, что оборачивается нехваткой инвестиций и недофинансированием социальной сферы, что не позволяет существенно повысить социальные выплаты и оплату труда в бюджетной сфере. Проблемой также является снижение качества рабочей силы вследствие ее декартификации, хищнической эксплуатации и отсутствия охраны труда; отток квалифицированных и высококвалифицированных специалистов (особенно из бюджетной сферы) в неформальный сектор, где можно больше заработать, пусть даже ценой снижения качественных параметров занятости[5].

Среди социальных проблем выделяют произвол работодателей и социальную незащищенность неформально занятых, многочисленные нарушения трудового законодательства по отношению к ним; ухудшение демографической ситуации, в частности, утрату здоровья, нехватку времени на нормальный отдых, семью и воспитание детей.

Полностью устранить вторичную занятость невозможно. Существенным средством ее сокращения является совершенствование механизма регулирования заработной платы, в частности повышение минимального размера оплаты труда до уровня не ниже прожиточного минимума, снижение степени ее дифференциации, не обусловленной объективными причинами (уровнем квалификации, общественной значимостью, условиями труда).

Следует увеличить число вакансий, способствующих формированию профессиональных и коммуникативных навыков молодежи. Необходимо разработать на уровне законодательства определённые границы функционирования неформальной занятости, которые позволят контролировать её, получать доходы в бюджеты государства в виде налогов, тем самым свести к минимуму ее издержки для национальной экономики.

#### Список литературы

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31.07.1998 N 146-ФЗ (ред. от 08.03.2015) (31 июля 1998 г.)
2. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31.07.1998 N 154-ФЗ (ред. от 09.07.1999) (31 июля 1998 г.)
3. Вторичная занятость // Экономический словарь.
4. Барсукова С.Ю. Неформальная экономика: причины развития в зеркале мирового опыта. - Экономическая социология. 2013. Т.1. № 1.
5. Кубишин Е.С. Неформальная занятость населения России. - ЭКО, 2013, №2, с.160-176.
6. Политика доходов и заработной платы//Масштабы и роль неформальной занятости в России [Электронный ресурс] <http://bibliotekar.ru/dohody-zarplata/182.htm>
7. Российская экономика: прогнозы и тенденции / Центр анализа данных Государственного университета – Высшей школы экономики. 2002. № 3 (108).

## КАДРОВЫЙ АУДИТ КАК ОСНОВА РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ СРЕДЫ

**Цветкова Е.В.**

Санкт-Петербургский государственный университет, г. Санкт-Петербург

При формировании внутренней среды предпринимательства обычно выделяют две ее составляющие: ситуационные факторы и элементы внутренней среды [1, С. 48]. Ситуационные факторы внутренней среды предпринимательской организации – это внутренние переменные, которые создаются предпринимателем, исходя из анализа внешней среды, и используются для определения условий функционирования предпринимательской организации [1, С. 48]. К основным ситуационным факторам относятся собственники, стратегия, миссия и цели предпринимательской деятельности, а также аспекты, связанные с особенностями организационно-правовой формы и формы собственности предприятия. К элементам внутренней среды предприятия, по мнению А.Н. Асаула, М.П. Войнаренко и ряда других исследователей, следует отнести следующие подсистемы:

- менеджмент предприятия;
- персонал предприятия;
- организационная структура предприятия;
- финансовая система предприятия;
- организационная культура предприятия;
- технологии и материально-техническая база предприятия;
- продукция предприятия.

По мнению автора, наиболее целесообразным в современной практике является такое определение кадрового аудита как «комплексная оценка человеческих ресурсов и системы управления персоналом на предмет их соответствия целям и стратегии компании, а также выявление причин (с оценкой их влияния и значимости) возникновения проблем в функционировании компании, с последующими рекомендациями по приведению системы управления человеческими ресурсами и/или человеческих ресурсов в соответствие с потребностями бизнеса». [3]

Кадровый аудит выступает как метод контроля эффективности систем управления персоналом. На основе кадрового аудита внедряются новые эффективные методы и системы управления персоналом.

Кадровый аудит, как метод анализа и принятия управленческих решений, может быть эффективно использован при осуществлении стратегического и оперативного управления, при выполнении всех управленческих функций, при проведении технической работы по управлению персоналом. При этом есть ряд целей и причин, при которых целесообразно проводить кадровый аудит, например, анализ целесообразности инвестиций в систему управления человеческими ресурсами и персонал, анализ соответствия системы управления человеческими ресурсами стратегии компании, сравнение фактического состояния системы управления человеческими ресурсами с требуемым состоянием, получение экспертной оценки, получение оценки проблемных областей и рекомендации по их разрешению, совершенствование системы управления человеческими ресурсами, оценка эффективности использования человеческих ресурсов, оценка эффективности работы службы управления человеческими ресурсами и квалификацию ее сотрудников, проведение сравнения с конкурентами (оценка преимуществ и недостатков).

Деятельность руководителей в современной организации направлена на обеспечение конкурентоспособности компании в долгосрочной перспективе. Соответственно, важнейшей задачей менеджеров является развитие основных факторов внутренней предпринимательской среды, которые в совокупности составляют основу деятельности всей организации.

Оптимальный и рациональный механизм реализации кадрового аудита позволит ему стать эффективным инструментом развития корпоративной предпринимательской среды. Взаимосвязь процесса развития внутренней среды и процесса кадрового аудита представлена на Рисунке 1.

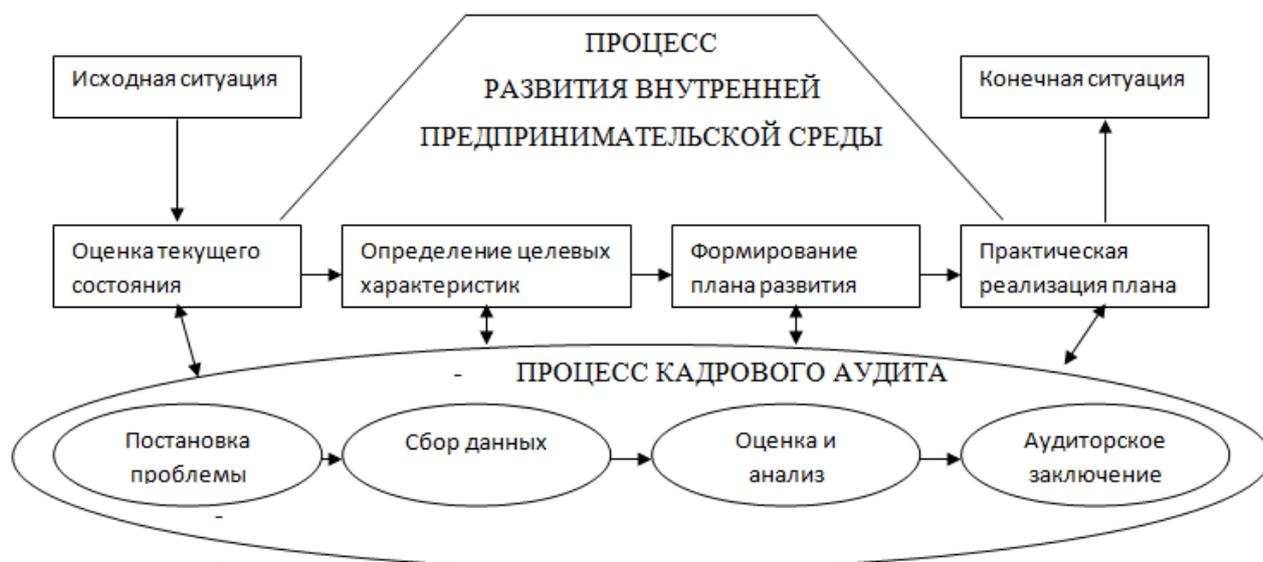


Рис.1. Роль кадрового аудита в развитии внутренней предпринимательской среды

Персонал, как уже отмечалось выше, является ключевым ресурсом организации, обеспечивающим развитие всех остальных подсистем управления. Поэтому в основе процесса развития предприятия за счет совершенствования элементов внутренней предпринимательской среды должен лежать их глубокий анализ в контексте влияния системы управления персоналом и самих человеческих ресурсов на реализацию данных элементов.

Кадровый аудит как технология не только оценки, но и управления персоналом на предприятии, является эффективным механизмом развития всех элементов корпоративной предпринимательской среды. Для того, чтобы проведение кадрового аудита было максимально результативным, необходимо предварительно провести комплексный анализ среды для выделения проблем, целевых характеристик и, следовательно, общих направлений развития ее элементов.

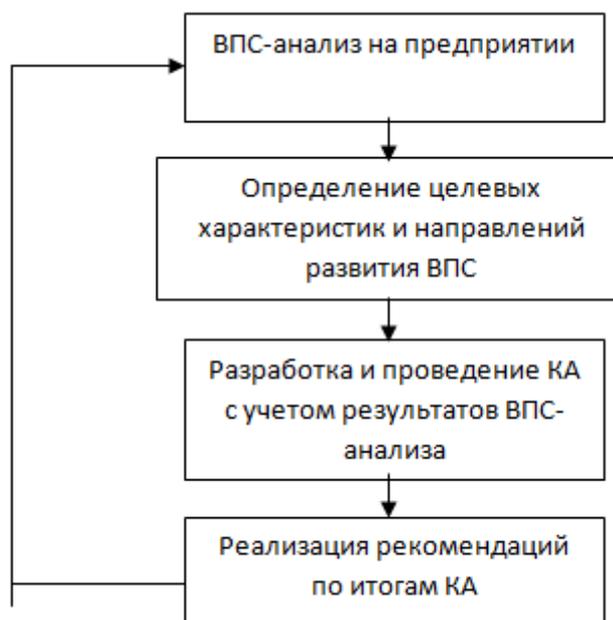


Рис.2. Алгоритм реализации мероприятий по развитию внутренней предпринимательской среды на основе кадрового аудита

В общем виде схема развития внутренней предпринимательской среды на основе кадрового аудита представлена на Рисунке 3.

Кадровый аудит предоставляет руководителям информацию, на основе которой они совместно с аудиторами и менеджерами смогут подготовить план развития элементов внутренней среды предприятия гораздо точнее и направленнее, чем они сделали бы это без применения предлагаемой методики кадрового аудита. Основным преимуществом развития внутренней предпринимательской среды на основе кадрового аудита является то, что руководитель получает информацию, с одной стороны, о состоянии элементов внутренней среды, а с другой стороны – о способностях персонала, как основного ресурса, обеспечить разработку и выполнение мероприятий по развитию. Кроме того, кадровый аудит способен дать ответы на многие вопросы о причинах тех или иных проблем с состоянием элементов внутренней предпринимательской среды.



Рис.3. Схема процесса развития внутренней предпринимательской среды на основе кадрового аудита

### Список литературы

1. А.Н. Асаул, М.П. Войнаренко, П.Ю. Ерофеев (2004) Организация предпринимательской деятельности Учебник. Под ред. д.э.н., проф. А.Н. Асаула. – СПб.: «Гуманистика». 48-50.
2. Коротаев А. В., Малков А. С., Халтурина Д. А. (2007) Законы истории. Математическое моделирование развития Мир-Системы. Демография, экономика, культура. 2-е изд. М.: УРСС. 10-12.
3. Никифоров Р.О. (2010) Человеческие ресурсы [Информационный портал]. Никифоров Р.О. Кадровый аудит – что это такое? / URL: <http://www.rhr.ru/index/sovet/tech/15412,0.html>
4. Цветкова Е. В. Методика комплексного анализа корпоративной предпринимательской среды // Современные научные исследования. Выпуск 1. - Концепт. - 2013. - ART 53453. - URL: <http://e-koncept.ru/2013/53453.htm> - ISSN 2304-120X.

## РОЛЬ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО КАПИТАЛА В ПРАКТИКЕ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Аношкина М.С.

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, г.Москва

Современный этап развития мирового рынка характеризуется глобализацией международной экономики и экономических процессов, а также международной концентрацией капитала. Передовые страны переходят к воплощению NBIC-конвергенции, использованию нано- и биотехнологий.

Если в индустриальной экономике труд не требовал обширных компетенций, то основа современного постиндустриального общества - интеллектуальная собственность. Материальные и производственные активы постепенно теряют свое значение, на первое место выходит интеллектуальная деятельность и ее производные. Темпы развития организации теперь определяет интеллектуализация производственных процессов.

В условиях глобальных изменений, а также широкого использования на практике достижений науки, основными ресурсами развития организации становятся люди, их интеллектуальный капитал, знания, профессиональные и образовательные компетенции. В связи с этим, перемены в управлении определяются движением от прошлого, ориентированного на капитал, к будущему, ориентированному на знания.

Знания организации - это основа интеллектуального капитала любой компании [5, С.42-60]. Интеллектуальный капитал - это инновации, идеи и т.д., все то, из чего организация может извлечь прибыль. Интеллектуальный капитал - это все виды знаний, умений и навыков работников, то, что дает компании конкурентное преимущество на рынке. Интеллектуальный капитал имеет нематериальную природу и может быть измерен при помощи стоимостных и не стоимостных оценок [1, С.14].

Можно сделать вывод, глобальная цивилизация создает экономику, основанную на знаниях. Экономика, основанная на знаниях - это особая система, которая генерирует, распространяет и использует знания для обеспечения собственной конкурентоспособности [4, С.312]. Знания могут создаваться в виде инноваций, образовательных и высококвалифицированных услуг, научной продукции и т.д. Главный эффект экономики, основанной на знаниях, заключается в использовании произведенной высокотехнологической продукции во всех сферах и отраслях.

Знания сегодня - это ресурс, который компании стремятся произвести, купить или продать [3, С.94]. Это значит, что новое знание не только должно быть произведено, оно должно иметь прикладной характер.

В условиях неопределенности международной экономики, управление знаниями становится важнейшим элементом бизнес - стратегии, позволяющим отвечать на новые вызовы рынка. Мировая конкуренция требует от организаций максимального использования имеющихся интеллектуальных ресурсов, поэтому знания остаются единственным инструментом, при помощи которого возможно быстро минимизировать большинство социальных и экономических рисков.

Согласно исследованию Американского общества продуктивности и качества (APQC) ведущие мировые компании (NASA, Xerox, Jonson & Jonson, World Bank) отличаются следующими особенностями управления знаниями: доступ к внутренней информации открыт для всех сотрудников; развита культура доверия; сохраняется и модернизируется прошлый опыт; коммуникационные информационные технологии внутри компании отлично отлажены [4, С.319]. Очевидно, что только компании, грамотно управляющие своим интеллектуальным потенциалом, могут считаться инновационными.

Помимо термина "управление знаниями", существует схожее понятие: "управление интеллектуальным капиталом". Процесс управления интеллектуальным капиталом - это совокупность мероприятий, направленных на обеспечение грамотной организации, планирования и последующего контроля процессов формирования и использования интеллектуальных ресурсов. Основная цель данного процесса - обеспечение максимального результата для организации при минимизации затрат [2, С. 138].

Управление интеллектуальным капиталом включает в себя следующие принципы:

1. Принцип фиксации информации в едином источнике. Современные компьютерные системы позволяют создавать единые базы данных доступные всем работникам. Обмен знаниями - это ключевой показатель эффективности управления интеллектуальным капиталом.

2. Принцип ориентации на достижение результата - работа сотрудников организации должна строиться на основе единой цели, а не различных задач.

3. Принцип зависимости от результата. Данный принцип означает, что работники должны быть заинтересованы в результате, что повышает эффективность их работы и снижает необходимость постоянного оперативного контроля их деятельности.

Согласно исследованию консалтинговой компании Gartner Group, организации, которые не создадут собственную инфраструктуру управления интеллектуальным капиталом, будут отставать от конкурентов по всем экономическим показателям. Оптимальная инфраструктура управления интеллектуальным капиталом включает в себя: средства для организации совместной работы сотрудников, систему поддержки принятия решений, систему управления документооборотом и корпоративные порталы знаний (как сосредоточение всех ресурсов организации в едином информационном пространстве) [2, С.152].

Однако нельзя не отметить, что существует также ряд факторов, осложняющих управление интеллектуальным капиталом. Во-первых, это абсолютная необходимость информатизации всех бизнес-процессов в организации, в том числе создание единых баз данных. Во-вторых, это потребность в значительных инвестициях, а также необходимость подготовки квалифицированных специалистов, для управления созданными процессами.

Россия может осуществить переход от управления человеческими ресурсами к управлению знаниями людей. Однако данный процесс сдерживают различные социально-экономические проблемы: неразвитость системы непрерывного образования, неэффективность государственного управления, различные административные барьеры и т.д.

Итак, можно сделать вывод, что сегодня успех компании зависит от ее способности управлять имеющимися ресурсами, особенно человеческими ресурсами. Организациям постоянно нужны новые взгляды, новые идеи, а значит и люди, которые могут их предложить. Появляется понятие "инновационный потенциал" сотрудника, как индивидуальная способность создавать креативные инновационные проекты и реализовывать их.

#### Список литературы

1. XIV Научно-практическая конференция «Реинжиниринг бизнес-процессов на основе современных информационных технологий. Системы управления знаниями (РБП-СУЗ-2011): Материалы конференций / Московский государственный университет экономики, статистики и информатики – М., 2011. - 416 с., С. 14
2. Абдикеев Н.М., Киселёв А.Д. Управление знаниями корпорации и реинжиниринг бизнеса. М.: Инфра-М, 2011. 382 с., С.138, С.152
3. Герасимов К.Б. Методология реформирования системы управления организации: монография. - Самара: Изд-во «СамНЦ РАН», 2014. - 296 с., С. 94
4. Инновационное развитие России: проблемы и решения: монография / коллектив авторов; под ред. М.А. Эскиндарова, С.Н. Сильвестрова. - М.: Анкил, 2013. - 1216 с., С.312, С.319
5. Stewart T. Brainpower // Fortune. 1991. June 3. P. 42-60.

## СЕКЦИЯ №23.

## ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ НАРОДОНАСЕЛЕНИЯ И ДЕМОГРАФИЯ

## **СЕКЦИЯ №24. ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ**

### **ИНТЕГРИРОВАННАЯ СИСТЕМА МЕНЕДЖМЕНТА КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СОВРЕМЕННОГО ВУЗА**

**Горюнов И.В.**

Рязанский государственный радиотехнический университет, г.Рязань

В последние годы нашим государством предпринимаются серьезные меры по модернизации и совершенствованию высшего профессионального образования, повышению его качества, интеграции российского профессионального образования в международное образовательное пространство. Прежде всего, это вхождение России в Болонский процесс, повышение гибкости образовательных программ, преодоление ранней узкой специализации, внедрение федеральных государственных образовательных стандартов (ФГОС) профессионального образования, что подразумевает большую самостоятельность образовательных организаций и возможность построения индивидуальных образовательных траекторий обучающихся [1].

В мировом сообществе существует четкое понимание того, что от системы образования зависит устойчивое развитие государства, уровень жизни населения и качество жизни граждан.

Можно выделить ряд тенденций, которые наблюдаются в сфере высшего образования в России:

1. Политика оптимизации сети образовательных организаций высшего образования, реализуемая Министерством образования и науки Российской Федерации.

2. Внедрение мониторинга системы образования (в соответствии с Федеральным законом от 29.12.2012 г. №273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации», часть 5, ст. 97 и Правилами осуществления мониторинга системы образования, утвержденными Постановлением Правительства Российской Федерации от 5.08.2013 г. №662).

3. Реализация Государственной программы «Развитие образования на 2013-2020 годы» (утверждена Распоряжением Правительства Российской Федерации от 15 мая 2013 г. №792-р).

4. Реализация Федеральной целевой программы развития образования на 2016-2020 годы (утверждена Постановлением Правительства Российской Федерации от 23 мая 2015 г. №497).

5. Проект «5-100», направленный на максимизацию конкурентной позиции группы ведущих российских университетов на глобальном рынке образовательных услуг и исследовательских программ.

Однако новые возможности используются не в полной мере, прежде всего, из-за недостатка стимулов к повышению качества. Часть системы профессионального образования по-прежнему остается закрытой для своих основных заказчиков и заинтересованных сторон. Улучшение качества пришло в противоречие с расширением доступности профессионального образования. При этом также очевидна тенденция усиления конкуренции как между вузами, так и между традиционными организациями профессионального образования с новыми системами подготовки кадров (корпоративные университеты, тренинговые компании, системы внутрифирменной подготовки специалистов).

Российские образовательные организации высшего образования функционируют в условиях жесткой конкуренции не только на внешнем, но и на внутреннем рынке образовательных услуг. Поэтому конкурентоспособность вуза в наибольшей степени определяется уровнем качества предоставляемых потребителям образовательных услуг.

Термин «качество образования» в широком его понимании включает структурные компоненты всей системы образования, и оценка качества образования зависит от многих элементов этой системы:

- обучающиеся (качество их базовой подготовки и уровень самообразования);
- профессорско-преподавательский состав (уровень квалификации и качество преподавания);
- нормотворческая деятельность уполномоченных органов (качество нормативной документации на федеральном, региональном, муниципальном и вузовском уровнях);
- государственная образовательная политика;
- качество образовательных программ;
- качество инфраструктуры и условий реализации образовательного процесса;
- качество функционирования основных и вспомогательных бизнес-процессов;

– качество управления образовательной организацией (профессионализм руководителей всех уровней, качество принимаемых управленческих решений).

Чтобы обеспечить высокий уровень качества работы вуза с учетом рассмотренных комплексных элементов, а, следовательно, и обеспечить конкурентоспособность отдельно взятой образовательной организации, необходимо рассмотреть вопрос внедрения интегрированной системы менеджмента (ИСМ) университета.

Почему именно ИСМ?

Развитие теории и практики менеджмента качества в настоящее время определяется рядом таких факторов, как:

– распространение стандартов, содержащих требования к системам менеджмента по качеству, социальной ответственности, охране труда и безопасности, управлению рисками, энергоменеджменту, непрерывному развитию бизнеса и др.;

– продолжающееся развитие концепции всеобщего менеджмента качества (TQM), моделей организационного совершенства, ориентация на достижение устойчивого успеха организации, в том числе на основе применения рекомендаций стандарта ISO 9004:2009 «Менеджмент для достижения устойчивого успеха организации. Подход на основе менеджмента качества»;

– переход к интеграции концепций менеджмента качества и устойчивого развития, в том числе на основе разработки интегрированных систем менеджмента [2].

Последняя из обозначенных тенденций является закономерным этапом развития систем менеджмента и создает предпосылки для устойчивого развития организаций по всему миру, в том числе и вузов.

Современный университет представляет собой масштабный научно-образовательный комплекс, имеющий сложную организационную структуру управления, в которую входят факультеты и кафедры, лаборатории и научно-исследовательские центры, библиотеки, информационные службы, административно-хозяйственные подразделения, студенческие общежития, отдельные университетские корпуса, производственные центры. При этом внешняя и внутренняя среда, в рамках которой функционирует университет, включает большое количество составляющих, на которые руководство постоянно должно реагировать. Схематично это можно представить так, как показано на Рисунке 1.



Рис.1. Составляющие внешней и внутренней среды функционирования вуза

Чтобы отслеживать изменения и успешно работать как во внешней, так и во внутренней среде, необходимо рассматривать работу вуза комплексно и системно, а не только в виде совокупности отдельных подсистем.

ИСМ является частью системы управления университета, отвечающая требованиям как минимум трех международных стандартов и функционирующая как единое целое. Данная система представляет собой совокупность мероприятий, методов и средств, обеспечивающая устойчивое развитие и высокий уровень качества реализации всех бизнес-процессов университета для удовлетворения потребностей государства,

общества, обучающихся и других заинтересованных сторон, а также для повышения социальной ответственности вуза.

Для построения ИСМ в вузе целесообразно применять стандарты ISO 9001:2008 «Система менеджмента качества. Требования», OHSAS 18001:2007 «Система менеджмента безопасности труда и охраны здоровья», ISO 26000 «Руководство по социальной ответственности».

Остановимся более подробно на последних двух стандартах.

Законодательство об образовании, а также ФГОС требуют, чтобы условия реализации образовательных программ в аудиториях, лабораториях, центрах соответствовали всем нормам охраны труда, так как их невыполнение является нарушением требований к качеству образовательных услуг согласно законам РФ. Особенностью применения стандарта OHSAS 18001 в вузе является также и то, что данный стандарт нацелен на выполнение требований не только со стороны преподавателей и сотрудников университета, но и со стороны обучающихся.

Если говорить о социальной ответственности вуза перед обществом, то здесь наблюдается прямая взаимосвязь. Социальная среда, в которой функционирует любой университет, предъявляет к нему повышенные требования как в отношении качества подготовки выпускников, выполнения требований ФГОС, так и в плане комфортности условий труда, социальной защищенности, реализации благотворительных программ и акций, поддержки общественных движений, ветеранов и соблюдения этических моментов при осуществлении этой деятельности.

Таким образом, можно выделить следующие конкурентные преимущества внедрения ИСМ в работу вуза:

- обеспечение согласованности и структурированности действий внутри образовательной организации;
- положительный имидж и высокий социальный статус университета со стороны общества;
- соблюдение всех законодательных норм с точки зрения охраны труда, здоровья и безопасности преподавателей, сотрудников и обучающихся;
- устойчивое развитие организации;
- высокая конкурентоспособность университета.

#### **Список литературы**

1. Государственная программа Российской Федерации «Развитие образования» на 2013-2020 годы [Электронный ресурс] // Материалы сайта Министерства образования и науки Российской Федерации. – Режим доступа: <http://www.минобрнауки.рф>. – Загл. с экрана.
2. Салимова Т.А. Интеграционные процессы менеджмента качества / Т.А. Салимова // Контроллинг. – 2014. – №1 (51). – С. 60-67.

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ИНГУШСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ**



**Булгучев Мурат Хамзатович, д.э.н, профессор, декан факультета**

Удивительные натуры  
Хотят всё занять сразу.  
Если нет даров фортуны,  
В остальном зрят проказу.  
Кто ж такой наш олигарх?  
Он же смертный, как и все,  
Но по процентам патриарх,  
В Киеве пан, в Париже мсье.  
Куда девается человека лицо,  
Когда рьяно "рвёт" вокруг?  
Взять бы буржуя в кольцо  
Да увидеть на лице испуг.

\*\*\*\*\*

Сколько бы ни стоял этот мир,  
Умнее не родит, чем менеджер.  
По плоти и крови он экономист,  
По гипоталамусу – материалист.

\*\*\*\*\*

Зло вершит политик,  
Душой играет лирик,  
Благо даёт экономист,  
Разруху – милитарист,  
Филолог – говорильня,  
Теолог – это богадельня.  
Олух как хватит оплеуху  
Не гам ни слуху, ни духу.  
Пример всем им менеджер –  
Каждый из них его стажёр.  
Надо подряд их всех учить –  
Семьи бюджет определить.

\*\*\*\*\*

Когда зашагает крокодил, ++  
Кажется, что он хромает.  
Таков и чиновника удел –  
За людей, мол, страдает.  
Менеджерами им быть  
Да бутафорию забыть:  
Знают тратить и есть,  
Но не сэкономить.

\*\*\*\*\*

Протест у лягушки на цаплю, –  
Зачем ты много нас съедаешь?  
Сама считаешь каждую каплю,  
Когда экономику мне задаёшь?

\*\*\*\*\*

Удили хек, шук, лещей рыбак, моряк и менеджер,  
Каждый взвесил улов, как зашёл к себе во двор.  
Оказалось, одинаково вознаградил всех бог,  
Да, предприниматели же с головы до ног.  
Правоведу и доктору не повезло бы так:  
Слова, а врач вне лазарета не привык.

\*\*\*\*\*

Кто часто бросает мяч – волейболист;  
Говорит налево и направо – филолог;  
Отечество броню стережёт – танкист;  
Организует рынок благ – маркетолог;  
Кредитную линию откроет – банкир;  
Мраморное мясо растит – зоотехник;  
Сердца людей веселит – композитор;  
Всем этим правит менеджер-умник.

\*\*\*\*\*

Облокотиться на подоконник,  
Присесть к полу на корточках,  
Нужен ли нам до обеда полдник, –  
Сложна жизнь и в таких вопросах.  
Здесь необходимы не только ответы,  
Да и праведные варианты не найдутся.  
Меру должны установить экономисты,  
Тогда всё вокруг само собой и сбудется.

\*\*\*\*\*

Человек подвержен мечтам,  
Желая узнать, что впереди, –  
Касается это и парней, и дам.  
Мурат с арабского на русский –  
Буквально "мечта" переводится.  
Пускай конец будет "д" или "т",  
Но с большой буквой начинается.  
Да сбудутся Мурата желанья, завет!  
Был, есть и вечно будет экономистом,  
Нет зависти, оставаясь везде человеком.

\*\*\*\*\*

У ингушек не только фигуры стройные, –  
Под гармонь поют они песни душевные,

Ча́пельгаш<sup>[1<sup>11</sup>]</sup> готовят с бумагу тонкие,  
От их очей замирают сердца джигитские.  
Они универсальны, умны, хозяйственные,  
По формуле жизни скромны, экономичные.

\*\*\*\*\*

Я жизнью доволен за то лишь одно,  
Что мне её подарила мать-горянка.  
Потому и живу на Земле скромно –  
Жизнь ведь не только экономика.

\*\*\*\*\*

Мало изучены народы: хевсуры, бацбийцы,  
Республика Грузия их называет кистинцами.  
Туда зачислены вайнахи – ингуши и чеченцы,  
Как же сделать их нацией с чертами едиными?  
Да, диалект у них полугрузин, полувайнахский,  
И в религии видим отличительные особенности.  
Но во все времена между ними климат братский –  
Так пусть они объединяются и проживают вместе!

---

<sup>11</sup> Ча́пельгаш (инг.) – национальная еда в виде лепёшек.

## ПЛАН КОНФЕРЕНЦИЙ НА 2015 ГОД

### Январь 2015г.

II Международная научно-практическая конференция «**Актуальные вопросы экономики, менеджмента и финансов в современных условиях**», г.Санкт-Петербург

Прием статей для публикации: до 1 января 2015г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 февраля 2015г.

### Февраль 2015г.

II Международная научно-практическая конференция «**Актуальные проблемы менеджмента и экономики в России и за рубежом**», г.Новосибирск

Прием статей для публикации: до 1 февраля 2015г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 марта 2015г.

### Март 2015г.

II Международная научно-практическая конференция «**Вопросы современной экономики и менеджмента: свежий взгляд и новые решения**», г.Екатеринбург

Прием статей для публикации: до 1 марта 2015г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 апреля 2015г.

### Апрель 2015г.

II Международная научно-практическая конференция «**Актуальные вопросы экономики и современного менеджмента**», г.Самара

Прием статей для публикации: до 1 апреля 2015г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 мая 2015г.

### Май 2015г.

II Международная научно-практическая конференция «**Вопросы и проблемы экономики и менеджмента в современном мире**», г.Омск

Прием статей для публикации: до 1 мая 2015г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 июня 2015г.

### Июнь 2015г.

II Международная научно-практическая конференция «**Тенденции развития экономики и менеджмента**», г.Казань

Прием статей для публикации: до 1 июня 2015г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 июля 2015г.

### Июль 2015г.

II Международная научно-практическая конференция «**Перспективы развития экономики и менеджмента**», г.Челябинск

Прием статей для публикации: до 1 июля 2015г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 августа 2015г.

### Август 2015г.

II Международная научно-практическая конференция «**Экономика и менеджмент: от теории к практике**», г.Ростов-на-Дону

Прием статей для публикации: до 1 августа 2015г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 сентября 2015г.

### Сентябрь 2015г.

II Международная научно-практическая конференция «**Современный взгляд на проблемы экономики и менеджмента**», г.Уфа

Прием статей для публикации: до 1 сентября 2015г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 октября 2015г.

### Октябрь 2015г.

II Международная научно-практическая конференция «**Экономика, финансы и менеджмент: тенденции и перспективы развития**», г.Волгоград

Прием статей для публикации: до 1 октября 2015г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 ноября 2015г.

**Ноябрь 2015г.**

II Международная научно-практическая конференция «**О некоторых вопросах и проблемах экономики и менеджмента**», г.**Красноярск**

Прием статей для публикации: до 1 ноября 2015г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 декабря 2015г.

**Декабрь 2015г.**

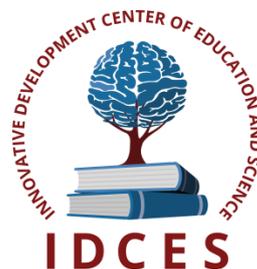
II Международная научно-практическая конференция «**Развитие экономики и менеджмента в современном мире**», г.**Воронеж**

Прием статей для публикации: до 1 декабря 2015г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 января 2016г.

**С более подробной информацией о международных научно-практических конференциях можно ознакомиться на официальном сайте Инновационного центра развития образования и науки [www.izron.ru](http://www.izron.ru) (раздел «Экономика и менеджмент»).**

**ИННОВАЦИОННЫЙ ЦЕНТР РАЗВИТИЯ ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ**  
**INNOVATIVE DEVELOPMENT CENTER OF EDUCATION AND SCIENCE**



**ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ И  
МЕНЕДЖМЕНТА**

**Выпуск II**

**Сборник научных трудов по итогам  
международной научно-практической конференции  
(3 июля 2015г.)**

**г. Челябинск  
2015 г.**

Печатается в авторской редакции  
Компьютерная верстка авторская

Подписано в печать 06.07.2015.  
Формат 60×90/16. Бумага офсетная. Усл. печ. л. 15,1.  
Тираж 250 экз. Заказ № 247.

Отпечатано по заказу ИЦРОН в ООО «Ареал»  
603000, г. Нижний Новгород, ул. Студеная, д. 58