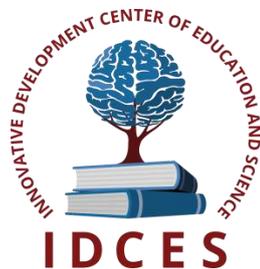


ИННОВАЦИОННЫЙ ЦЕНТР РАЗВИТИЯ ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
INNOVATIVE DEVELOPMENT CENTER OF EDUCATION AND SCIENCE



**О некоторых вопросах и проблемах экономики и
менеджмента**

Выпуск III

**Сборник научных трудов по итогам
международной научно-практической конференции
(11 ноября 2016г.)**

**г. Красноярск
2016 г.**

УДК 33(06)

ББК 65я43

О некоторых вопросах и проблемах экономики и менеджмента, / Сборник научных трудов по итогам международной научно-практической конференции. № 3 г. **Красноярск**, 2016. 260 с.

Редакционная коллегия:

к.э.н., доцент Бекулов Х.М. (г. Нальчик), к.э.н., доцент Безпалов В.В. (г. Москва), к.э.н., доцент Бескоровайная С.А. (г.Москва), к.э.н., доцент Бирюков В.А. (г.Москва), к.э.н., доцент Бобыль В.В. (г. Днепропетровск), д.э.н., профессор Богатая И.Н. (г.Ростов-на-Дону), д.э.н., профессор Булгучев М.Х. (г.Магас), к.э.н., доцент Викторова Т.С. (г. Вязьма), д.э.н., доцент Виноградова М.В. (г. Москва), к.э.н., доцент Гафиуллина Л.Ф. (г. Казань), д.э.н., доцент Гонова О.В. (г. Иваново), к.э.н., доцент Гурфова С.А. (г. Нальчик), к.э.н., доцент Дзюба А.В. (г.Комсомольск-на-Амуре), к.э.н. Дубровин С.А. (г. Санкт-Петербург), 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., доцент, профессор Курпаяниди К.И. (г. Фергана), д.э.н, профессор Макаров В.В. (г. Санкт-Петербург), д.э.н., доцент Миролюбова А.А. (г. Иваново), к.э.н., доцент Мошкин И.В. (г. Ростов-на-Дону), к.э.н., доцент Мызникова Т.Н. (г. Челябинск), к.э.н., доцент Мурзин А.Д. (г. Ростов-на-Дону), 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 Стрельников Е.В. (г.Екатеринбург), 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 III Международной научно-практической конференции «**О некоторых вопросах и проблемах экономики и менеджмента**», г. **Красноярск** 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).

© ИЦРОН, 2016 г.

© Коллектив авторов

Оглавление

СЕКЦИЯ №1.	
ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.01)	8
ПРОБЛЕМЫ КАЧЕСТВА ОБРАЗОВАНИЯ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА РАЗВИТИЕ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦИАЛА ГОСУДАРСТВА Болясова А. А.	8
СНИЖЕНИЕ НАЛОГОВОЙ НАГРУЗКИ НА ЖЕНЩИН-ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ В ПЕРИОД ОТПУСКА ПО УХОДУ ЗА РЕБЕНКОМ КАК ФАКТОР СТИМУЛИРОВАНИЯ РОЖДАЕМОСТИ Ромашкин Т.В.	12
ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ КАК ОБЩЕСТВЕННОЕ БЛАГО Цхададзе Н.В.	17
СЕКЦИЯ №2.	
ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НАРОДНЫМ ХОЗЯЙСТВОМ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.05)	24
ОСОБЕННОСТИ ДИАГНОСТИКИ И СНИЖЕНИЯ РИСКА БАНКРОТСТВА ПРЕДПРИЯТИЙ Бармута К.А.	24
ПРОБЛЕМА БЕЗРАБОТИЦЫ В АГРАРНОЙ СФЕРЕ ЭКОНОМИКИ ОРЕНБУРГСКОЙ ОБЛАСТИ Митрофанова Е.А., Безверхая О.Н.	28
СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ КАК СФЕРА УСЛУГ Бирюков В.А.	32
ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ И РОЛЬ БИЗНЕС-АНАЛИЗА В ОЦЕНКЕ СТРАТЕГИЧЕСКОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ХОЗЯЙСТВУЮЩИХ СУБЪЕКТОВ Галицкая Ю.Н., Гукасян З.О.	36
СУЩНОСТЬ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ КАК ЭКОНОМИЧЕСКОЙ КАТЕГОРИИ Дмитриева О.В.	39
ПРОБЛЕМЫ АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯМИ НА ОСНОВЕ ИННОВАЦИЙ Дуброва Л.И.	43
ТЕРРИТОРИИ ОПЕРЕЖАЮЩЕГО РАЗВИТИЯ: БАРЬЕРЫ И ПУТИ ИХ ПРЕОДОЛЕНИЯ Кузнецов Б. Л., Кузнецова С.Б., Галиуллина Г.Ф.	47
ФИНАНСОВЫЙ АНАЛИЗ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ АПК Мустафаев А.А.	50
ИННОВАЦИОННАЯ СРЕДА КЛАСТЕРА: ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ ОБЛАСТИ И СТРУКТУРНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ Степанова Э.В.	55
АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ОРГАНИЗАЦИИ ЗАКУПОК ДЛЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ И МУНИЦИПАЛЬНЫХ НУЖД Терентьева О.Н.	62

СЕКЦИЯ №3.	
ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ	
(СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.10)	67
ЭЛЕКТРОННЫЕ ДЕНЬГИ КАК РЕЗУЛЬТАТ ЭВОЛЮЦИИ ДЕНЕГ	
Дюдикова Е.И.	68
О НЕОБХОДИМОСТИ ВВЕДЕНИЯ РЕСУРСНЫХ ОГРАНИЧЕНИЙ	
В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСОВЫМИ РЕСУРСАМИ	
ОБЩЕСТВ С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ	
Кабардокова Л. А.....	77
ЭФФЕКТИВНОСТЬ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММНО-ЦЕЛЕВОГО МЕТОДА	
ПЛАНИРОВАНИЯ БЮДЖЕТНЫХ РАСХОДОВ ВОЛГОГРАДА	
Клюсов М.Н.	85
АНАЛИЗ ДИНАМИКИ ВАРИАТИВНЫХ ФОРМ ДОШКОЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ	
В ИВАНОВСКОЙ ОБЛАСТИ	
Кузнецова С.В.	90
СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ НЕКОТОРЫХ МОДЕЛЕЙ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ	
БАНКРОТСТВА	
Соколов А.А., Кульчицкая Е.А.	95
МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОЦЕНКИ КРЕДИТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	
С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ РЕЙТИНГОВОЙ ОЦЕНКИ	
Чараева М.В., Бабиева Т.В.....	103
СЕКЦИЯ №4.	
БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЁТ, СТАТИСТИКА (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.12)	106
РАЗВИТИЕ РОССИЙСКОГО АУДИТА	
КАК МЕТОДА ВЫБОРОЧНОГО КОНТРОЛЯ	
Ганьшин А.В.	106
РЕШЕНИЕ ПРОБЛЕМ УНИФИКАЦИИ СТАТИСТИКИ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ	
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В МЕЖДУНАРОДНОМ МАСШТАБЕ	
Григорук Н.Е.	110
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ СИСТЕМЫ БЮДЖЕТИРОВАНИЯ	
И КОНТРОЛЯ В КОМПАНИЯХ ХОЛДИНГОВОГО ТИПА	
Колесник В.Я., Блинова У.Ю.	115
СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ФИНАНСОВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ	
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИИ WAL-MART STORES И ЕЁ КОНКУРЕНТОВ	
НА ОСНОВЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ МИРОВЫХ РЕЙТИНГОВ	
Куприяшина Н.А.	120
УРОВЕНЬ ОБРАЗОВАНИЯ НАСЕЛЕНИЯ,	
КАК СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ПОКАЗАТЕЛЬ НАЦИОНАЛЬНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ	
РЕГИОНА	
Левина Т.А., Дмитриев В.И.	126
СЕКЦИЯ №5.	
МАТЕМАТИЧЕСКИЕ И ИНСТРУМЕНТАЛЬНЫЕ МЕТОДЫ ЭКОНОМИКИ	
(СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.13)	131
ЭКОНОМЕТРИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ В РЕШЕНИИ	
УПРАВЛЕНЧЕСКИХ ЗАДАЧ	
Дроботун М.В.	131

ПРИМЕНЕНИЕ МАТЕМАТИЧЕСКИХ МЕТОДОВ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА Кочкина Е.М.	135
ВЕРОЯТНОСТНЫЙ ПОДХОД Семяшкин Е.Г.	140
СЕКЦИЯ №6. МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.14)	148
СЕКЦИЯ №7. БАНКОВСКОЕ И СТРАХОВОЕ ДЕЛО	148
СЕКЦИЯ №8. ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ В СОВРЕМЕННОМ МЕНЕДЖМЕНТЕ	148
COMMERCIALIZATION OF GREEN TECHNOLOGIES: ANALYSIS OF RESEARCH PROJECTS Zhidebekkyzy Aknur	149
СЕКЦИЯ №9. ВОПРОСЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ	152
СЕКЦИЯ №10. МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА И МЕЖДУНАРОДНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОТНОШЕНИЯ	152
ВЛИЯНИЕ САНКЦИЙ ЕС НА ЭКОНОМИКУ РОССИИ И ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ ДРУГИХ СТРАН Кольченко М.А.	152
СЕКЦИЯ №11. МАРКЕТИНГ	156
ОБОСНОВАНИЕ КРАУДФАНДИНГА КАК НОВОГО НАПРАВЛЕНИЯ СОВРЕМЕННОГО МАРКЕТИНГА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ Байков В. Г.	156
ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ В СФЕРЕ РОССИЙСКОГО МАЛОГО БИЗНЕСА, КАК ТЕНДЕНЦИЯ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ И МАРКЕТИНГА Марков Д.С., Пономарёва Е.А.	163
СЕКЦИЯ №12. PR И РЕКЛАМА	167
СЕКЦИЯ №13. ОПЕРАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ	167
СЕКЦИЯ №14. ПРОБЛЕМЫ МАКРОЭКОНОМИКИ	167
СЕКЦИЯ №15. ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ	167
СЕКЦИЯ №16. СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ	167
СТРАТЕГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЯМИ Абдикаримова А.Т.	167
SWOT-АНАЛИЗ: МЕТОДИКА СОСТАВЛЕНИЯ ИТОГОВОЙ МАТРИЦЫ	

Леснова Л.П.	171
СТРАТЕГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ ГАЗОПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ СТАВРОПОЛЬСКОГО КРАЯ, С ПОМОЩЬЮ PEST-АНАЛИЗА	
Овчаренко Л.Ю.	176
СЕКЦИЯ №17.	
ТЕОРИЯ УПРАВЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИМИ СИСТЕМАМИ	181
СЕКЦИЯ №18.	
ТЕОРИЯ СОВРЕМЕННОГО МЕНЕДЖМЕНТА	181
ПРИМЕНЕНИЕ МЕТОДА НАЗОР ДЛЯ АНАЛИЗА РИСКОВ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ ИЗМЕНЕНИЙ	
Каширина К.Ю., Мазунин В.В.	181
ВЛИЯНИЕ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ КУЛЬТУРЫ НА ЭКОНОМИКУ: РОССИЙСКИЕ ОСОБЕННОСТИ И СПЕЦИФИКА*	
Хачатурян А. А.	185
СЕКЦИЯ №19.	
УПРАВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ ПЕРСОНАЛА	190
ЗНАЧЕНИЕ НЕМОНЕТАРНЫХ ТРУДОВЫХ СТИМУЛОВ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ	190
Кремер К.И.	190
УПРАВЛЕНИЕ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫМ ПОТЕНЦИАЛОМ: ОРГАНИЗАЦИЯ КОРПОРАТИВНОГО УНИВЕРСИТЕТА	
Семенова Е.Г., Махмудова И.Н.	194
СЕКЦИЯ №20.	
ФИНАНСЫ И НАЛОГОВАЯ ПОЛИТИКА	198
О НЕКОТОРЫХ ВОПРОСАХ НАЛОГОВОЙ НАГРУЗКИ В ДОБЫВАЮЩЕЙ ОТРАСЛИ	
Ассума С. М., Игнатова А. С., Муравьева Е. Д.	198
ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОЙ БЮДЖЕТНО-НАЛОГОВОЙ ПОЛИТИКИ ПРАВИТЕЛЬСТВА КАНАДЫ	
Хорохонов Д.Ю.	204
СЕКЦИЯ №21.	
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ	208
АНАЛИЗ НАЛОГОВЫХ ДОХОДОВ РЕГИОНАЛЬНЫХ БЮДЖЕТОВ РФ	
Деметрюк Э.Э.	208
О РЕГУЛИРОВАНИИ И ПОДДЕРЖКЕ ИНВЕСТИЦИОННОГО КЛИМАТА В ОРЕНБУРГСКОЙ ОБЛАСТИ	
Смирнова Е.В., Лихачёв Д.В.	215
СОВРЕМЕННЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К РЕШЕНИЮ ПРОБЛЕМ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯМИ РЕГИОНАЛЬНОГО ПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА ПОСРЕДСТВОМ РЕСТРУКТУРИЗАЦИИ	
Хвастова К.И.	221
СОВРЕМЕННЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ К ПЛАНИРОВКЕ РЕСУРСНЫХ ТЕРРИТОРИЙ В УСЛОВИЯХ РЕАЛИЗАЦИИ ПОЛИТИКИ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ (НА ПРИМЕРЕ ЯМАЛО-НЕНЕЦКОГО АВТОНОМНОГО ОКРУГА)	
Шишкина Е. Д.	227

СЕКЦИЯ №22.	
ЭКОНОМИКА ТРУДА И УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ	237
КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ – КЛЮЧЕВОЙ ФАКТОР УСПЕХА, ИЛИ ТОРМОЗ В ЕЕ ДАЛЬНЕЙШЕМ РАЗВИТИИ?	
Гапонова О.С., Гапонова Н.С.	237
ПРОБЛЕМА БЕЗРАБОТИЦЫ В ОРЕНБУРГСКОЙ ОБЛАСТИ	
Герасимова А.А. Безверхая О.Н.	244
СЕКЦИЯ №23.	
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ НАРОДОНАСЕЛЕНИЯ И ДЕМОГРАФИЯ.....	247
СЕКЦИЯ №24.	
ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ	248
ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕ В НЕФТЕХИМИЧЕСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ	
Квасов И.Н., Плетнев А.Г.	248
ЭВОЛЮЦИЯ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА УСЛУГ	
Макаров В.В., Смирнова В.В.	250
ПЛАН КОНФЕРЕНЦИЙ НА 2016 ГОД.....	257

СЕКЦИЯ №1.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.01)

ПРОБЛЕМЫ КАЧЕСТВА ОБРАЗОВАНИЯ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА РАЗВИТИЕ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦИАЛА ГОСУДАРСТВА

Болясова А. А.

Орловский государственный университет имени И.С. Тургенева

Оценка качества российского образования (как общего, так и профессионального) в последние годы стала темой для общего (не только сугубо научного) обсуждения: образование рассматривается домохозяйствами как один из решающих факторов конкурентоспособности конкретного человека на рынке труда.

Произошедшее в последнее время изменение демографического состава занятого в экономике населения изменило и его образовательный состав. Уровень образования занятых в экономике повысился, особенно за счет увеличения доли лиц с высшим, неполным высшим профессиональным и начальным профессиональным образованием при одновременном снижении удельного веса лиц со средним, основным общим и начальным образованием.

Авторы «Доклада о человеческом развитии за 2014 год» проанализировали взаимосвязь уровня образования работников и их шансов на трудоустройство, соотнеся долю людей с определенным образованием в общей численности занятых и безработных. Это отношение они назвали Индикатором востребованности на рынке труда по образованию. Предполагается, что если значение этого индикатора больше единицы, то шансы на трудоустройство людей с этим уровнем образования выше среднего, если меньше — то ниже. Единица означает, что на рынке труда достигнут баланс спроса и предложения для рабочей силы с данным уровнем образования.

По данным статистики стран, входящих в Организацию Экономического Сотрудничества и Развития, за 2014 г. шансы на трудоустройство выше средних имеют люди с образованием не ниже полного среднего, а наиболее высокие шансы — у людей с третичным образованием (это высшее и высшее профессиональное образование). В России также третичное образование обеспечивает более высокие шансы на трудоустройство, но в отличие от стран ОЭСР выпускники общеобразовательных школ и обучавшиеся по программам начального профессионального образования имеют более низкие, чем в среднем, шансы на трудоустройство. Исследователи приходят к выводу, что

«российское общее среднее и начальное профессиональное образование не соответствуют по своему содержанию и качеству запросам рынка труда».

По данным статистики стран ОЭСР население России по формальным признакам - одно из самых образованных в мире: по доле населения с третичным образованием Россия опережает все страны, а по доле населения с высшим образованием уступает только десяти наиболее развитым странам. Однако высокий уровень образования населения дает в России гораздо меньший эффект, чем в других странах: учитывая уровень образования российского населения и в соответствии со сложившимися в мире соотношениями, душевой ВВП в России должен был быть в два раза выше. Среди основных причин такого соотношения эксперты называют качество российского образования и степень его соответствия требованиям современной экономики и общества (2, с.108).

Всё более очевидным становится, что образование в России стало массовым, но в значительной мере перестало быть профессиональным. Существует утверждение, что в большинстве случаев имеет место так называемое «общее высшее образование». Причин тому множество, они имеют разную природу и проявляют себя по-разному. Так, в большинстве случаев выпускников изначально не интересует работа по специальности, поэтому они не стремятся искать работу по профилю образования. В силу своей рациональности в течение обучения учащиеся не видят смысла вкладывать энергию и силу в то, что не станет их профессией. Такой подход незамедлительно сказывается на качестве вузовской подготовки.

Отрицательно на качество российского образования повлиял резкий рост количества вузов в 90-е гг. (увеличение на 83%). В то время возникла необходимость в стремительном увеличении профессорско-преподавательского состава (увеличение составило 36%). Проблематично гарантировать качественный кадровый состав при таком резком скачке, в роли преподавателей зачастую выступали непрофессионалы, что отрицательно сказалось на качестве образования.

Несмотря на критику качества высшего образования, поступление в вуз по-прежнему рассматривается как единственный путь для социального и профессионального продвижения. Специалисты отмечают, что существует повышенный и необоснованный спрос на специалистов, имеющих дипломы о высшем профессиональном образовании (1, стр. 8). Также следует отметить, что для российских семей зачастую образование рассматривается как фактор социальной мобильности. Однако необходимо учитывать, что оно может являться таковым только при условии, что дети из малообеспеченных семей,

где родители имеют низкий уровень образования, имеют возможность получения образования более высокого уровня.

Помимо высшего профессионального образования, которое чаще всего получают до начала трудовой деятельности, на формирование трудового потенциала большое влияние оказывает дополнительное профессиональное образование. Исследователи выявили взаимосвязь между развитием системы профессионального образования взрослого населения конкретного региона России и уровнем безработицы в этом регионе: чем больше количество часов дополнительного профессионального образования на одного жителя в год, тем ниже уровень безработицы. (2, с. 116) Этот тип образования в России развивается достаточно неравномерно и маломощно, однако при разработке стратегий развития дополнительного профессионального образования необходимо учитывать те глобальные процессы, которые влияют на все типы образования в России.

Качество образования в настоящее время оценивается как уровень «успешности» (социализации) учащегося, одним из показателей которого является уровень освоения им образовательной программы. Однако это далеко не единственная характеристика, к достижению высокого уровня которой нужно стремиться. Необходимо учитывать, что за последние десятилетия значительно ускорился рост объемов знаний, получили развитие самые различные его формы и способы передачи. В таких условиях нет смысла готовить человека раз и навсегда к профессиональной деятельности, закладывая статичный объем знаний в узкой предметной области. Знания слишком быстро устаревают, жизненный цикл многих профессий на рынке труда сокращается, появляются новые профессии в новых предметных областях знаний. На данный момент наблюдается перепроизводство невостребованных знаний с одновременной нехваткой знаний в новых профессиональных направлениях.

Эксперты видят решение проблемы «в переносе акцента в подготовке кадров с методик освоения массивов формальных знаний на привитие культуры саморазвития, методов и подходов наращивания актуальных знаний и умений, т.е. инструментов непрерывного образования». Результатом должен стать качественно новый продукт образования – «хорошо обучающийся профессионал» (4, с. 8).

Переориентация системы профессионального образования на требования современной экономики и рынка труда — одна из задач в рамках достижения национальной цели по обеспечению доступности образования. Эта цель заявлена среди семи других, адаптированных для России Целей Устойчивого Развития, которые приняты всеми странами на Саммите ООН в сентябре 2015 г. на период 2016–2030 годов.

Следует отметить, что несмотря на признание развития образования приоритетным направлением на государственном уровне, доля расходов на образование в бюджете и доля их в ВВП у России значительно меньше показателей развитых стран. Так, как отмечают эксперты, «даже несмотря на увеличение государственных расходов на образование 2001-2008 гг. , их рост не превышал темпов инфляции». «Образование как процесс требует длительного периода настройки всех уровней — от изменения содержательных, организационных структур до институциональных преобразований, предполагающих системный подход. Объективная оценка эффективности образовательной политики — важнейший элемент системы государственного регулирования» (3, с. 208).

Являясь основой формирования трудового капитала, образование должно находиться в центре внимания всех участников этого процесса — государства, фирм, домохозяйств, конкретного человека. С учетом условий рыночной экономики необходимо осознавать, государство не может выступать единственным гарантом качества образования и последующей успешности трудоустройства — многое определяется степенью участия в этом процессе всех заинтересованных (работодатели, домохозяйство, конкретный человек).

Список литературы

1. Глушкова С. Б. Модель взаимодействия институтов рынка труда Новосибирской области и направления её совершенствования. Интернет-журнал «Науковедение», Том 7, №2 URL статьи: <http://naukovedenie.ru/PDF/56EVN215.pdf>
2. Доклад о человеческом развитии в Российской Федерации за 2014 год / под ред. Л.М. Григорьева и С.Н. Бобылева. — М.: Аналитический центр при Правительстве Российской Федерации, 2014. 204 с.
3. Доклад о человеческом развитии в Российской Федерации за 2015 год / под ред. Л.М. Григорьева и С.Н. Бобылева. — М.: Аналитический центр при Правительстве Российской Федерации, 2015. 260 с.
4. Лукичёв Г. А. В поисках эффективного взаимодействия высшего образования и работодателей. Экономика образования, 2005 . №4

СНИЖЕНИЕ НАЛОГОВОЙ НАГРУЗКИ НА ЖЕНЩИН-ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ В ПЕРИОД ОТПУСКА ПО УХОДУ ЗА РЕБЕНКОМ КАК ФАКТОР СТИМУЛИРОВАНИЯ РОЖДАЕМОСТИ

Ромашкин Т.В.

Саратовский национальный исследовательский государственный университет
им. Н.Г. Чернышевского

С проблемами демографии и поиском эффективных государственных мер по увеличению уровня рождаемости рано или поздно сталкивается практически каждое государство. Россию данная проблематика также не обошла стороной в конце XX века и требует решения по сей день.

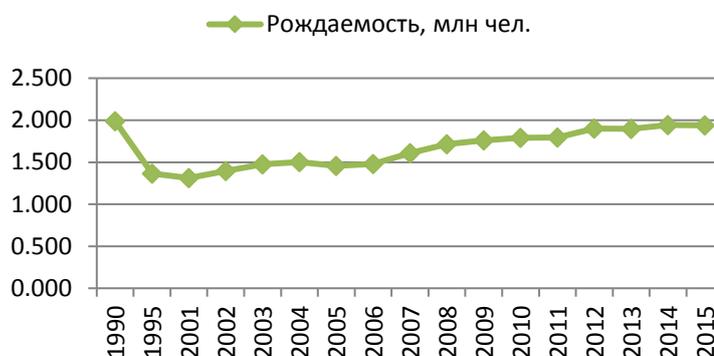


Рис. 1. Динамика рождаемости в РФ 1990-2015 гг.

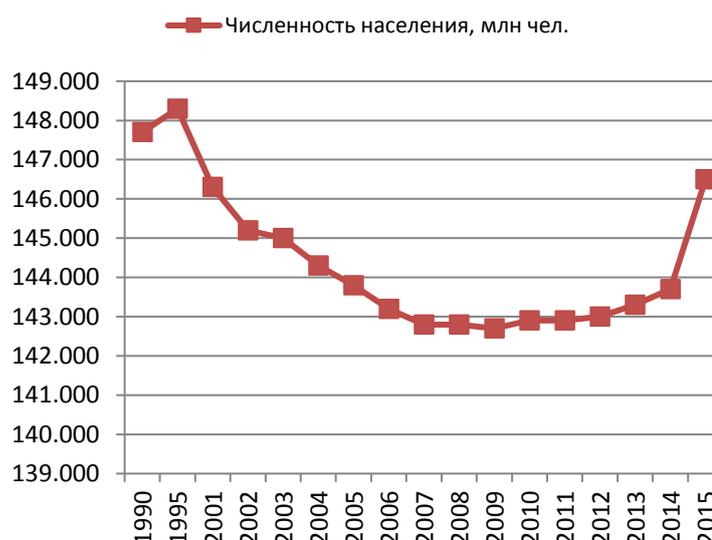


Рис. 2. Динамика численности населения в РФ 1990-2015 гг.

Из представленных выше рисунков видно, что в 1990-е годы демографические показатели резко снизились в силу неблагоприятных социально-экономических условий,

однако с 2010 года наблюдается их поступательная положительная динамика, хотя темпы роста показателей пока неустойчивы. России, несмотря на проводимые на протяжении последних 15 лет социальные преобразования, не удастся вернуться к уровню демографических индикаторов 1990 года. Что касается Саратова, то в 2011 году ООН поставила Саратов на шестое место в списке городов мира по наиболее быстрым темпам депопуляции.

Такое положение является весомым аргументом в пользу разработки дополнительных мер стимулирования рождаемости. Конкретно в данной статье хотелось бы затронуть вопрос о снижении налоговой нагрузки на женщин, являющихся индивидуальными предпринимателями, которые планируют рождение детей или находятся в отпуске по уходу за ребенком.

Доля женщин в структуре малых предпринимателей неуклонно растет на протяжении последнего десятилетия: с 39,8% в 2006 году до 42,2% в 2014 году [1]. При этом исследователи отмечают, что если мужчина-предприниматель в среднем осуществляет свою предпринимательскую деятельность в течение 7-8 лет, то более 40% женщин-предпринимателей прекращают ее после 2-3 лет с момента регистрации в качестве ИП [2]. Согласно социологическим опросам, одним из факторов прекращения предпринимательской деятельности женщинами является их социальная незащищенность в периоды рождения ребенка и отпуска по уходу за ним, что свидетельствует об актуальности рассматриваемой проблемы.

Если мы говорим о женщинах-предпринимателях, то их структура неоднородна. Исходя из сегодняшних правовых норм, необходимо разделить их на три категории: 1) женщины-ИП, воспитывающие одного или двух детей; 2) многодетные женщины-ИП; 3) социально уязвимая группа женщин-ИП - матери-одиночки и матери детей-инвалидов. На данный момент женщины, развивающие свой собственный бизнес, могут рассчитывать на следующие меры государственной поддержки на период отпуска по уходу за ребенком.

ИП, воспитывающие одного или двух детей	Многодетные ИП	ИП, являющиеся матерями-одиночками или воспитывающие детей-инвалидов
<p>При добровольном страховании в Фонде социального страхования (ФСС):</p> <p>1) пособие по беременности и родам: 34521,20 руб. - при обычных родах; 38465,75 руб. - при осложненных родах; 47835,62 руб. - при многоплодной беременности</p> <p>2) пособие при постановке на учет на ранних сроках беременности: 581,73 руб.</p> <p>3) единовременное пособие при рождении ребенка: 15512,65 руб.</p> <p>4) ежемесячное пособие по уходу за ребенком до полутора лет:</p>		

2908,62 руб. - на первого ребенка 5817,24 руб. - на второго и последующих детей 5) материнский капитал при рождении второго ребенка: 453026 руб.		
	Возможность перейти на УСН. Освобождение от уплаты налога на доходы физических лиц (ст. 346.11 НК РФ) Освобождение от уплаты налога на имущество физических лиц. Освобождение от уплаты НДС (за исключением отдельных его видов)	Освобождение от уплаты налога на имущество физических лиц (в том числе на то, которое используется в предпринимательской деятельности)
	Льготы на выплату сбора с ИП (например, возврат госпошлины за регистрацию в качестве ИП)	Дополнительные выплаты (1000-1500 руб.)

Проведенный анализ свидетельствует о том, что женщины-предприниматели должны самостоятельно позаботиться об обеспечении себя и ребенка в период декретного отпуска, поскольку предусмотренные выплата не гарантируют даже прожиточного минимума. В соответствии с действующим законодательством, независимо от количества доходов ИП обязаны ежегодно платить страховые взносы в Пенсионный фонд РФ. Помимо этого, чтобы обеспечить выплаты по беременности и родам и на период отпуска по уходу за ребенком, ИП должны заключить договор с ФСС в соответствии с ч. 3,4 ст. 2 Федерального закона №255-ФЗ [3]. Величина фиксированного взноса в ФСС в 2016 году составляет 2158,99 руб. При этом ИП обязаны оплачивать в ПФР 23153,33 руб. страховых взносов и налоги, предусмотренные выбранной системой налогообложения:

- 1) при ОСНО - НДФЛ с предпринимательской деятельности; налог на имущество; НДС;
- 2) при УСНО - 6% от доходов либо от 5% до 15% от суммы доходов за вычетом расходов;
- 3) при ЕНВД- 15%;
- 4) При патентной системе - стоимость патента;
- 5) при ЕСХН - 6% от суммы доходов, уменьшенных на сумму расходов.

В России на данный момент никаких льгот для женщин, осуществляющих предпринимательскую деятельность и не приостанавливающих ее на время декрета и отпуска по уходу за ребенком, хотя с точки зрения социальной справедливости и экономической целесообразности данная группа ИП нуждается в налоговых и пенсионных послаблениях.

Справедливости ради необходимо заметить, что в мировой практике в большинстве стран никаких льгот женщинам-предпринимателям в связи с рождением ребенка также не

предусмотрено; в отдельных странах (Германия, Швейцария) предусмотрены льготы только для многодетных матерей - пенсионные взносы за них выплачивает государство. В США не существует налоговых льгот для матерей-собственников бизнеса, не предусмотрен декрет после родов, не выплачиваются пособия на детей, единовременные выплаты за рождение ребенка; единственное послабление - возможность получить налоговый вычет в размере 1000 дол. в год. В большинстве европейских стран размер детского пособия составляет от 2% (Великобритания, Польша, Голландия) до 7% (Швейцария) от средней заработной платы по стране. В России размер пособия на первого ребенка составляет 9% от средней зарплаты, на второго ребенка - 18%, не учитывая дополнительных выплат.

Однако несмотря на общемировую практику, в России необходимо введение дополнительных льгот для женщин -ИП, находящихся в декрете, и это обосновано следующими причинами:

1) в случае использования наемного труда на индивидуальном предприятии, продолжение коммерческой деятельности на период до достижения ребенком полутора лет позволит сохранить рабочие места, а значит государство не потеряет выплаты в виде подоходного налога, не увеличится безработица, не снизится совокупный спрос;

2) при отсутствии наемных работников, налоговые льготы помогут поддержать бизнес в дееспособном состоянии, что позволит быстро и эффективно восстановить его развитие после возобновления коммерческой деятельности в прежних объемах;

3) косвенно послужит стимулом повышения рождаемости;

4) будет способствовать социальной стабильности общества.

На основе проведенного анализа предлагаются следующие меры для решения данной проблемы.

	ИП, воспитывающие одного или двух детей	Многодетные ИП	ИП, являющиеся матерями-одиночками
Пенсионное обеспечение	Приостановление уплаты пенсионных взносов в ПФР до достижения ребенком возраста полутора лет без прекращения предпринимательской деятельности и снятия с налогового учета Применение понижающего коэффициента на взносы в ПФР до достижения ребенком 3 лет (например, 50% от суммы ежегодных фиксированных взносов)	Освобождение от уплаты пенсионных взносов в ПФР (уплата их государством)	Освобождение от уплаты пенсионных взносов в ПФР (уплата их государством) до достижения совершеннолетия детей
овые льготы	Налоговые каникулы на период отпуска по уходу за ребенком до полутора лет.	Налоговые каникулы до достижения младшим ребенком	Налоговые каникулы до достижения ребенком возраста 3

	ИП, воспитывающие одного или двух детей	Многодетные ИП	ИП, являющиеся матерями-одиночками
		полутора лет, но не более 5 лет в совокупности.	лет.
	Введение минимального налога для ИП, воспитывающих детей в возрасте до 3 лет (например, 2% от суммы доходов при УСН и т.д.)	Разработка и применение льготной системы налогообложения для многодетных семей, ведущих бизнес в качестве ИП (сниженные налоговые ставки).	Введение минимального налога для ИП, являющихся матерями-одиночками, до достижения ребенком 18 лет (например, 2% от суммы доходов при УСН и т.д.)
Иные меры государственной поддержки			
Преимущественное право получения грантов на развитие бизнеса или возможность льготного кредитования (погашение части процента по кредиту за счет государства)			

Предложенные меры, направленные на обеспечение дополнительной поддержки матерей, ведущих предпринимательскую деятельность, в периоды рождения детей и отпуска по уходу за ними будут способствовать развитию малого предпринимательства и конкуренции, а также обеспечению социальной стабильности и косвенно повышению рождаемости.

Список литературы

1. Данные Росстата // www.gks.ru
2. Красильников С. Социальная структура и гендерные стереотипы малого предпринимательства: гендерные аспекты предпринимательской деятельности // Интернет-конференция "Гендерные стереотипы в современной России". 2012 г.
3. Федеральный закон "Об обязательном социальном страховании на случай временной нетрудоспособности и в связи с материнством" от 29.12.2006 N 255-ФЗ // http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_64871/

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ КАК ОБЩЕСТВЕННОЕ БЛАГО

Цхададзе Н.В.

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, г. Москва

Экономическую безопасность вполне можно трактовать как общественное благо, которое характеризуется неисключаемостью и несорничеством в потреблении, что предупреждает возможность добровольного объединения (кооперации) индивидов. Общественный характер экономической безопасности как блага предполагает, что потребление одним потребителем не делает его недоступным для других потребителей. То есть связь между количеством x_{ik} , доступным потреблению отдельным (i -м) потребителем, и наличным количеством блага k в экономике в целом ($\sum_j y_{jk} + \omega_{\Sigma k}$) выражается неравенством $x_{ik} \leq \sum_j y_{jk} + \omega_{\Sigma k}$.

Объем потребления общественного блага одинаков для всех потребителей и совпадает с объемом его производства. Объем x_{ik} потребления экономической безопасности как общественного блага i -ым потребителем равен $x_{ik} = x_{ik} = \sum_j y_{jk}$.

Экономическая безопасность как общественное благо является частным случаем экстерналий, что предопределяет неэффективность рыночных решений в его отношении. Исключение любого потребителя из процесса потребления экономической безопасности связано с запретительно высокими издержками и институциональными ограничениями. Неконкурентность совместного потребления затрудняет использование рыночного механизма для финансирования блага. Таким образом, общественный характер экономической безопасности как блага исключает возможность использования рыночных решений проблемы безбилетника – назначения индивидуализированной цены для каждого потребителя (ценовой дискриминации), предполагающего создание коммерческой или коллективной фирмы как сети контрактов.

Потребитель не различает доступное для потребления и потребляемое количество общественного блага, поэтому в потребительские функции входит общий имеющийся объем общественного блага x_k . В связи с этим потребительский набор i -того потребителя приобретает вид:

$$x_i = (\{x_k\}_{k \in K_1}, \{x_{ik}\}_{k \in K_2}) = (x^{(1)}, x^{i(2)}),$$

где

K_1 - множество частных благ;

K_2 – множество общественных благ

Если множество допустимых потребительских наборов i -того потребителя X_i имеет следующую структуру:

$$X_i = X^{(1)} * X^{(2)}_i,$$

так что

$$x_i = (x^{(1)}, x_i^{(2)}) \in X_i \text{ тогда и только тогда, когда } x^{(1)} \in X^{(1)}, x_i^{(2)} \in X_i^{(2)}.$$

Модификация понятия равновесия позволяет получить характеристику Парето-оптимальных состояний экономики, в которой воспроизводится экономическая безопасность как общественное благо, аналогичную второй теореме благосостояния для экономики с частными благами. Теорема, предложенная Линдалем, указывает на возможность использовать механизм цен для координации решений и действий потребителей и производителей для достижения эффективного распределения ресурсов в экономике с общественными благами, как и в экономике с частными благами. В то же время теорема Линдаля исходит из следующих допущений:

1. Признание потребителей и производителей в качестве price-takers, т.е. воспринимающих цены благ как данные. В действительности, потребитель использует свое влияние на цены для того, чтобы установить наиболее удовлетворительный уровень цен.

2. Использование централизованного механизма установления цен предполагает необходимость обладания государственными органами информацией о предельных полезностях общественного блага для каждого участника.

3. Предположение об ожиданиях потребителей противоречит гипотезе о рациональности.

Таким образом, использование концепции равновесия по Линдалю позволила выявить трудности использования механизма цен для обеспечения эффективного распределения ресурсов и координации решений хозяйствующих субъектов в ситуации с общественными благами, что предполагает необходимость изучения альтернативных подходов к механизму распределения ресурсов для воспроизводства экономической безопасности.

Согласно теории больших групп, агенты контрактов стремятся к получению общественного блага (экономической безопасности), которое будет выгодно всем членам группы, что является фундаментальной причиной возникновения и обособления данного сектора экономических отношений в форме открытой динамичной многоуровневой системы. Поскольку агенты контрактных отношений как участники большой группы рациональным образом пытаются максимизировать индивидуальное благосостояние, они не прилагают усилий для достижения общегрупповых целей до тех пор, пока на них не

будет оказано давление в форме институционального регулирования. Или каждому из них не будет предложен индивидуальный мотив к подобному действию, не совпадающий с общим интересом группы, реализуемый при условии, что члены группы возьмут на себя часть издержек по достижению общей цели.

Таким образом, производство оптимального объема общественного блага (экономической безопасности), предназначенного для индивида, достигается при условии, что изменение выгоды всей группы, помноженное на долю индивида, соответствует изменению общих издержек группы по достижению этого блага. Общественное благо (экономическая безопасность) будет производиться, если издержки производства настолько малы по сравнению с выгодой для общества в целом, что общая выгода превышает общие издержки настолько же, насколько она превышает выгоду отдельного индивида.

Необходимость управления контрактными отношениями связана с тем, что транзакции, организуемые при помощи контрактов того или иного типа, существенно различаются между собой. В связи с этим минимизация транзакционных издержек требует подбора для каждой транзакции наиболее подходящей для нее структуры управления, которая может идентифицироваться с тем или иным типом контракта, способом управления или компромиссного выбора между рынком и иерархией. Целесообразно выделять три основных параметра транзакций: специфичность активов, неопределенность и частоту. Специфичность относится к инвестициям в долгосрочные активы, которые осуществляются для поддержания конкретных транзакций. Транзакционная специфичность долгосрочных активов приводит к возникновению взаимной зависимости, выражающейся в необходимости постоянства взаимоотношений участников транзакций и, следовательно, их соответствия друг другу. Взаимная зависимость порождает контрактные риски по причине оппортунизма и неполноты контрактов, вызванной ограниченной рациональностью.

Наличие контрактных рисков, в свою очередь, приводит к необходимости создания в поддержку таких транзакций определенных контрактных гарантий. Структурная неопределенность, выступающая параметром транзакций, связана с неизвестностью относительно обстоятельств, которые будут в будущем сопровождать осуществление транзакции. Она проявляется как неопределенность спроса на чистые и смешанные общественные блага, производимые в результате контрактных соглашений экономических агентов в социальной сфере. Структурная неопределенность проявляется как неопределенность относительно будущего поведения контрагентов при наступлении непредвиденных обстоятельств. При отсутствии оппортунизма, или поведенческой

неопределенности, эффективную адаптацию к структурной неопределенности может обеспечить правило общности интересов агентов отношений экономической безопасности, которое может трактоваться как альтернатива полному контракту.

В зависимости от соотношения двух ключевых параметров (специфичности инвестиций, осуществляемых для поддержания трансакций и частоты трансакций) – неопределенность принимается заданной, а разовые трансакции исключаются - каждому виду трансакций в системе экономической безопасности соответствует определенный тип организации и контракта.

Трансакциям, поддерживаемым стандартными инвестициями, независимо от их частоты, соответствует рыночный тип организации и классический контракт (услуги предприятий охранных, коллекторских и др.) по предотвращению потенциальных и ликвидации возникших угроз. Ими являются: сбор информации о деловых и потенциальных партнерах; выявление некредитоспособных клиентов; установление фактов недобросовестной конкуренции; розыск должников, утраченного имущества и финансовых средств; защита от неправомерных, незаконных действий; обеспечение защиты локальных сетей и информационных носителей; детективная деятельность; экономическая разведка; пресечение посягательств криминальных структур и др.).

Случайным малоспециализированным трансакциям соответствует трехстороннее управление. Оно предполагает наличие третьей стороны: к которой контрагенты по взаимному согласию обращаются для разрешения споров (защита прав предпринимателей с использованием судебных (арбитражный суд) и внесудебных инстанций (нотариат); разрешение межгосударственных споров с участием наднациональных институтов (Совет безопасности ООН). Регулярно повторяющиеся малоспециализированные трансакции предполагают использование двусторонней организации, которая требует сохранения за каждым из участников возможности обращения к рыночным альтернативам (система государственного кредитования).

Случайные идиосинкразические трансакции в равной мере могут организовываться с помощью трехсторонней и объединенной организации. Первая предполагает краткосрочный характер контрактных отношений, а вторая – сильную взаимную зависимость деятельности специализированных подразделений отдельного предприятия (служб безопасности), создание специализированных органов государственной власти (Совет безопасности РФ). Регулярно повторяющиеся идиосинкразические трансакции требуют объединенной организации. Преимущества ее в том, что с одной стороны, она избавляет от высоких стратегических рисков, с другой - издержки ее использования оправданы долгосрочным характером контрактных отношений (государственное

регулирование внешнеэкономической деятельности, денежного обращения, рынка труда и др., предполагающее использование метода властных предписаний, установление технических регламентов и др.).

Являясь составной частью общественного сектора, система экономической безопасности не исчерпывает его содержания в целом. Значительная часть результатов функционирования системы экономической безопасности принимает форму услуг, поэтому третичный сектор экономики представлен, в том числе, системой экономической безопасности и, следовательно, включает часть общественного сектора.

Оппортунистическое поведение трактуется как деятельность в рамках, или за пределами, установленных формальными и неформальными институтами наборов альтернатив по реализации правомочий экономических агентов (государства, предпринимательских организаций, домохозяйств). Они касаются отношений специфических активов в процессе заключения и (или) реализации контрактов при ограниченных возможностях измерения участия каждой из сторон в процессе выполнения условий контрактных отношений, что выступает источником негативных экстерналий.

Особенности оппортунистического поведения экономических агентов российской экономики проявляются в его причинах, в качестве которых выступают:

1. Информационная асимметрия и неопределенность ситуации, которая усиливается в условиях трансформации российской экономики и макроэкономической нестабильности.

2. Нечеткая спецификация прав собственности, обусловленная в значительной степени назавершенностью структурных преобразований в российской экономике.

3. Степень специфичности ресурсов – объектов контрактных отношений. Незрелость институциональной среды рынка, объектом которого выступают малоспециализированные и идиосинкразические активы предопределяет оппортунизм в форме преувеличения степени специфичности активов, что предполагает повышение уровня цены и снижение излишка покупателя.

4. Ожидаемая полезность. Один из участников контракта, желая увеличить свою полезность в одностороннем порядке, уменьшает тем самым полезность от контракта для другой стороны. Наиболее ярко данный фактор проявляется в квазирыночных структурах, в том числе, в системе тендерных бюджетных закупок, что объективно обуславливает присущие ему специфические характеристики: регулируемый характер, высокую степень коррумпированности, несоответствие полезности закупленных чиновниками с оппортунистическим поведением товаров и услуг потребностям конечных потребителей.

5. Склонность к риску. Неравномерность распределения риска между экономическими агентами обуславливает оппортунизм участника контактных отношений, обладающего более высокой склонностью к риску, что аргументируется наличием специфического ресурса.

6. Предполагаемая величина издержек. Чем выше издержки заключения и исполнения контракта (в том числе, трансакционные), тем выше степень вероятности возникновения оппортунистического поведения. В условиях российской экономики при сохранении высоких издержек заключения и реализации контрактов (административные барьеры, асимметричность информации и др.) вероятность оппортунистического поведения его участников увеличивается.

7. Низкие стимулы к выполнению условий контракта. Незрелость институциональной среды рынка, прежде всего формальных и неформальных санкций, принуждающих экономических агентов к следованию формальным и неформальным ограничениям, увеличивается возможность проявления оппортунистического поведения со стороны одного из экономических агентов.

8. Степень строгости санкций за невыполнением условий контракта. Недостаточная степень строгости санкций предопределяет высокую вероятность возникновения оппортунистического поведения.

9. Разделение труда. С ростом сложности труда и уровня образования расширяется пространство для оппортунизма.

10. Противоречивость и несогласованность интересов экономических агентов и их групп.

11. Нечеткое определение прав, обязанностей и ответственности.

12. Недостаточный уровень профессиональной подготовки, что влечет за собой несоответствие функциональных обязанностей объему инвестиций в человеческий капитал.

13. Противоречия между должностными обязанностями работника и объемом требований со стороны руководителя.

14. Низкая мотивация работников.

15. Неэффективность контроля менеджера за деятельностью подчиненных.

Поскольку преодоление неопределенности возможно через получение доступа к имеющей экономическое значение информации, возникают трансакционные издержки, которые выступают издержками формирования и функционирования экономической безопасности.

Исследование показало, что экономическая безопасность может трактоваться как общественное благо. Его полезность определяется потребностью экономических агентов (государства, предпринимательских организаций, домохозяйств) - владельцев правомочий собственности на стандартные и специализированные активы. Их задача состоит в сохранении ценности и в нейтрализации негативных экстерналий в процессе заключения и реализации отношенческих, классических и неоклассических контрактов в рамках или за пределами установленных формальными и неформальными институтами наборов альтернатив, что обеспечивает согласование общественных, групповых и индивидуальных интересов.

Список литературы

1. О стратегии национальной безопасности Российской Федерации до 2020 года: указ Президента РФ от 12 мая 2009 г. № 537 [Электронный ресурс]. - Доступ из справ.-правовой системы «Гарант».
2. О концепции национальной безопасности Российской Федерации: указ Президента РФ от 10 января 2000 г. № 24 [Электронный ресурс].- Доступ из справ.-правовой системы «Гарант».
3. Агадуллин Н.Ф. Национальная экономическая безопасность как категория экономической теории / Агадуллин Н.Ф. - Уфа, 2013.
4. Алексеев А.А. Макроэкономические аспекты обеспечения экономической безопасности в России / Алексеев А.А.- М., 2014.
5. Гэлбрейт Дж.К. Экономические теории и цели общества/ Гэлбрейт Дж.К. М. : Прогресс, 1976.
6. Клейнер Г.Б. Национальная безопасность России (экон. и управлен. аспекты) / Г.Б. Клейнер, А.Г. Беченов, Д.С. Львова. М.: изд-во Прима-Пресс-М., 2012.
7. Латов Ю.В. Варианты осмысления доктрины экономической безопасности России / Латов Ю.В - Томск, 2013.
8. Цхададзе Н.В. Обеспечение налоговой безопасности в глобальном мире//«Экономика. Налоги. Право», № 3, 2016 г. – С.64-69.
9. Цхададзе Н.В. Национальная и международная налоговая безопасность в эпоху глобализации / Приоритеты и механизмы обеспечения экономического роста, финансовой стабильности и социальной сбалансированности в России/ Сб.статей межд.научно-практической конференции/Под общей ред. . Г.Б. Клейнера, Э.В. Соболева,Х.А.Константиниди. - Краснодар, 2016.- С.127-132.
10. Цхададзе Н.В. Мировые тенденции налоговой безопасности /«Актуальные

**СЕКЦИЯ №2.
ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НАРОДНЫМ ХОЗЯЙСТВОМ
(СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.05)**

**ОСОБЕННОСТИ ДИАГНОСТИКИ И СНИЖЕНИЯ РИСКА БАНКРОТСТВА
ПРЕДПРИЯТИЙ**

Бармута К.А.

Донской государственный технический университет, г. Ростов-на-Дону

В современных экономических условиях проблема диагностики и снижения риска банкротства очень актуальна. Частое число банкротств российских предприятий, особенно ввиду развивающихся событий, введение санкций в отношении России и также ряда лиц и организаций, нестабильная ситуация на финансовом рынке, объясняет интерес к данной проблеме.

В настоящее время диагностика предприятия в основном осуществляется посредством анализа финансовой отчетности предприятия, которая заканчивается оценкой риска банкротства предприятия. Под банкротством предприятия понимается отсутствие у него способности удовлетворить требования кредиторов по оплате товаров, работ, услуг, а также отсутствие возможности обеспечить обязательные платежи в бюджет в связи с неудовлетворительной структурой баланса [1].

Большинство авторов рассматривает диагностику банкротства как одно из важнейших направлений финансовой диагностики предприятия. Диагностика банкротства, по мнению Бланка И.А. [2] представляет собой систему целевого финансового анализа, направленного на выявление параметров кризисного развития предприятия, генерирующих угрозу его банкротства в предстоящем периоде. Таким образом, диагностику банкротства предприятия следует понимать, как такую процедуру, при которой выявляется степень близости финансового состояния предприятия к несостоятельности или банкротству.

В различных источниках выделяют множество факторов, которые оказывают основательное влияние на финансовое состояние предприятия. Так, Смольский А.П. выделяет следующие причины, которые могут привести к экономической несостоятельности и банкротству: объективные и субъективные, общие и особенные,

внешние и внутренние, формальные и неформальные. Но обычно в литературе часто встречается разделение факторов только на внешние и внутренние. Такое разделение можно считать вполне достаточным и наиболее приемлемым.

К внешним факторам, оказывающим воздействие на деятельность предприятия, относят: демографические, экономические, политические, развитие науки и техники, культура, партнеры предприятия [3].

К основным внутренним факторам относят:

- организационные пробелы и недочеты при создании субъекта предпринимательской деятельности;
- крайне резкое расширение бизнеса;
- низко квалифицированный управленческий персонал;
- дефицит собственного капитала;
- малоэффективная производственно-коммерческая и инвестиционная деятельность;
- невысокий уровень используемой техники, технологии и организации производства;
- нерезультативное использование ресурсов;
- нерациональное распределение прибыли.

Различают также формальные признаки банкротства и неформальные, которые указывают на вероятное предкризисное состояние предприятия. Данные признаки не имеют абсолютной силы и их следует рассматривать в сочетании. Неформальные признаки потенциального банкротства служат поводом, чтобы более детально изучить положение дел, как со стороны руководства предприятия, так и со стороны финансовых и аудиторских структур.

Классифицирование косвенных или неформальных признаков банкротства предприятия выполняется по двум направлениям – признаки, которые нашли своё отражение в документации предприятия, а именно в бухгалтерском балансе, и те, которые не подлежат оценке. К первой группе можно отнести такие признаки предбанкротного состояния предприятия, как низкое качество и неисполнение сроков предоставления отчетности. Опоздания подобного рода, могут служить индикатором о малоэффективной и недейственной работе финансовых служб предприятия, а также о неудачном и неудовлетворительном построении информационной системы, ну и как следствие, при данной ситуации повышается вероятность принятия неэффективных решений.

Признаки предбанкротного состояния предприятия, которые ещё не нашли своего отражения в финансовой документации, представляют вторую группу, являются ранними по времени, и реагирование на них - более эффективно для предупреждения кризисной ситуации.

Следует помнить, что у каждого предприятия есть свои особенности, о которых не следует забывать и необходимо учесть при отборе факторов для последующего анализа и оценки [4]. Необходимо использовать лишь те показатели, которые в наибольшей степени критичны с точки зрения их отношения к банкротству данного предприятия, тогда вероятность того, что результат будет наиболее достоверным увеличивается.

В практике финансового анализа есть большое число методик предсказания риска банкротства, а также комплексного экономического анализа хозяйственной деятельности, как пришедших из-за рубежа, так и отечественных.

Широкое распространение в нашей стране получили такие зарубежные методы предсказания банкротства, как: на основе Z- счета Альтмана, модель Романа Лиса для оценки финансового состояния, оценка финансового состояния предприятия по показателям Бивера, А-счет Аргенти и др. Наибольшей популярностью пользуется модель Альтмана. Она предлагается в качестве экспресс- анализа во многих источниках. Не смотря на то, что все эти методики широко используются, они всё-таки подвергаются серьёзной критике со стороны исследователей данного вопроса. Каждая из моделей использует свои методы, принимая во внимание одни факты и при этом опуская другие, по причине чего результат проверки одного и того же предприятия разными методиками будет возможно различаться. Среди основных недостатков перечисленных моделей выделяют следующие: несоответствие условиям экономики нашей страны (информационная закрытость предприятий, мощный налоговый пресс, отсутствие рынка недвижимости, иные условия фондоемкости и энергоемкости производства, другая производительность труда); данные модели не обеспечивают всестороннюю оценку финансового состояния предприятия, а потому возможны очень большие отклонения прогноза от реальности; не учитывается специфика отрасли предприятия.

Среди российских методик прогнозирования риска банкротства известны и применяются: методика ФСФО основывающаяся на том, что основными индикаторами вероятности риска банкротства являются коэффициент текущей ликвидности и коэффициент обеспеченности собственными средствами; относительно недавно разработанная модель Давыдовой - Беликова, которая представляет собой модернизированную модель Альтмана с учетом российских условий; модель,

учитывающая специфику отраслей, разработанная учеными Казанского государственного технологического университета. Перечисленные выше модели также подвержены замечаниям со стороны исследователей. К основным недостаткам данных моделей относят: не полностью обоснованное определение весовых коэффициентов; невозможность применения модели заблаговременно, а только когда уже заметны очевидные признаки банкротства; в методике ФСФО завышены значения коэффициентов, а также используются исключительно только показатели ликвидности.

Для комплексной оценки финансового состояния предприятия часто используются системы показателей (коэффициентов): показатели ликвидности, рентабельности, деловой активности и т. д.

Главным недостатком использования для диагностики просто коэффициентов является то, что человек принимающий решение пытается установить причинно-следственную связь количественных значений показателей выделенной группы с риском банкротства. То есть руководитель не может быть удовлетворен оценкой «хорошо-плохо», его интересуют оттенки ситуации и экономическая интерпретация этих оттеночных значений. Задача осложняется тем, что показателей очень много, и, как правило, они изменяются разнонаправлено, и поэтому управляющий стремится «объединить» все исследуемые частные финансовые показатели в один комплексный, по значению которого и можно будет судить о степени благополучия предприятия и о том, насколько далеко или близко оно отстоит от банкротства.

Перспективной представляется разработка методов описания и оценки риска банкротства с помощью теории нечетких множеств.

Список литературы

1. Бармута К.А. Антикризисное управление на предприятии: учеб. пособие/
К.А. Бармута, А.В. Тихонов. - Ростов-на-Дону: ДГТУ, 2015. - 214 с.
2. Бланк И.А. / Основы финансового менеджмента. Т.2. – К.: Ника-Центр, 2005.
3. Бармута К.А. Обеспечение устойчивого развития предприятия в условиях освоения инноваций // Вестник Донского государственного технического университета. - 2010. - Т. 10, № 8. - С. 1274-1279.
4. Бармута К.А. Основные черты современной системы управления развитием промышленных предприятий / Вестник Донского государственного технического университета. - 2012.- Т. 12.- № 2-2 (63)

ПРОБЛЕМА БЕЗРАБОТИЦЫ В АГРАРНОЙ СФЕРЕ ЭКОНОМИКИ ОРЕНБУРГСКОЙ ОБЛАСТИ

Митрофанова Е.А., Безверхая О.Н.

Митрофанова Е.А., студентка 2 курса магистерской программы «Экономика»

Безверхая О.Н., д.э.н., профессор

Оренбургский государственный аграрный университет, г.Оренбург

Актуальность выбранной темы определена тем, что социальная ситуация в сельских территориях нашей страны на сегодняшний день остается тяжелой.

Оренбургская область – один из немногих регионов России, где количество сельского населения составляет более 42% от всего населения области.

Сельское хозяйство является важной для Оренбургской области отраслью, но по ряду объективных причин (неблагоприятные климатические условия, высокие цены на горюче-смазочные материалы, неравенство цен на сельскохозяйственную и промышленную продукцию и т.д.) темпы роста объемов производства значительно ниже соответствующих показателей по другим отраслям.

Уровень жизни сельского населения напрямую зависит от развития сельского хозяйства. Но развитие и положение дел в данном секторе экономики остается достаточно сложным, поскольку произошли изменения в объемах производства сельскохозяйственной продукции, были реорганизованы и ликвидированы многие предприятия сельскохозяйственного профиля. Эти факторы являются главной причиной сокращения занятости сельскохозяйственного населения. [7]

Также необходимо выделить следующие немаловажные причины массовой безработицы на селе:

- увеличение обращений в службу занятости длительно неработающих граждан, а также выпускников учреждений общего и профессионального образования;
- уменьшение числа вакансий, заявляемых в органы службы занятости, их несоответствие профессионально-квалификационным характеристикам обращающихся в поиске работы граждан, низкий уровень предлагаемой заработной платы;
- падение престижа рабочих профессий сельскохозяйственного профиля среди молодежи;
- недостаточное финансирование специальных программ активной политики занятости.

Однако, проблема безработицы на селе – это двусторонняя проблема. С одной стороны, мы обозначили причины, приводящие к невозможности найти работу сельскому населению. Но, с другой стороны, можно выделить особенности работников в аграрном секторе экономики, которые далеко не оказывают воздействия на рост занятости: [8]

- низкая доля сельского населения, имеющего высшее образование;
- преобладание людей с начальным профессиональным образованием или низким уровнем образования;
- невысокий человеческий капитал сельского населения является неконкурентоспособным на рынке труда.

Таким образом, причины роста безработицы в аграрном секторе многогранны. Однако, следует заметить, что рост безработицы приводит к необратимым последствиям для самого сельского хозяйства:

- исчезновение массовых сельских профессий (механизатор, доярка, животновод, агроном и другие);
- непрестижность труда на селе (тяжелый труд с низкой оплатой);
- утечка молодежи из села;
- закрытие общеобразовательных школ;
- отсутствие инфраструктуры средних и малых сел;
- старение сельского населения;
- исчезновение малых сел.

Рассмотренные проблемы актуальны не только на национальном уровне, но и на региональном. Так, в Оренбургской области на конец июня уровень безработицы составил 1,63%. Неофициальных безработных в три раза больше. Дело в том, что далеко не все безработные регистрируются в службе занятости. Этому способствует ряд причин. Для многих жителей села существует транспортная проблема. Так, не у всякого, например, безработного есть возможность добраться до районного центра, поскольку некоторые села располагаются очень далеко от райцентров, и отметиться в службе занятости. Делать это, в соответствии с законодательством, необходимо два раза в месяц.

Впрочем, нужно отдать должное и оренбургским работодателям: уровень предлагаемых зарплат нередко явно неадекватен спросу. Квалифицированный сварщик, каменщик, монтажник может пойти работать за 15 тысяч рублей только от полной безысходности. Разумеется, при первой же возможности сменит свою работу на более высокооплачиваемую, например, вахтовым методом. Кстати, в Оренбуржье немало людей, использующих на Севере вахтовый метод заработков. [6]

Под призывом «Если не можешь найти рабочее место - создай его себе сам!» в 2009 году стартовала в Оренбуржье обширная программа самозанятости. Идея была проста: любой желающий, разработав бизнес-план и собрав требуемые документы, мог получить разовую субсидию от Минтруда в размере годового пособия по безработице. Выходило где-то порядка 63 тысяч рублей: этого «стартового капитала» хватало, чтобы открыть небольшое дело.

По данным Министерства труда и занятости Оренбургской области программа самозанятости работала очень успешно в 2009-2011 годах: тогда ей воспользовались тысячи человек. Люди открывали пасеки, лили тротуарную плитку, заводили домашние фермы и даже вырезали фигурные свечки из воска. Однако, к сегодняшнему дню проект постепенно затухает: налоги «добивают» малый бизнес и с начала 2016 года в Оренбуржье свернули свою деятельность уже более 7000 индивидуальных предпринимателей. [5]

В то же время в аграрной сфере экономики существует другая проблема – дисбаланс между спросом и предложением труда. Так, в области зарегистрировано 13 тысяч безработных и 10 тысяч вакансий. Этому существует ряд объяснений. В числе безработных немало специалистов невостребованных профессий; некоторые вакантные места остаются невостребованными из-за элементарно слишком низкой зарплаты – раза в два ниже средней по территории; человеку выгодно получать пособие по безработице и довольствоваться случайными приработками, чем за такие деньги трудиться полный рабочий день. Нередко вакансии становятся «застойными» - плавно переходят из месяца в месяц только потому, нет среди граждан тех, кто нужен работодателю. А на селе из-за сложной экономической ситуации один работник работает за нескольких, так как у работодателя нет денежных средств содержать необходимое количество работников. [5]

Еще одной проблемой является привлечение квалифицированных работников с высшим или средним профессиональным образованием. Студентов после окончания вузов практически невозможно привлечь в село, так как там нет подходящего рабочего места для них по уровню квалификации, уровню оплаты труда, с условиями работы и проживания. Поэтому все они предпочитают остаться и устроиться на работу в городе.

Проблемы аграрного сектора экономики невозможно решить без его государственной поддержки. Как известно, в Российской Федерации используется немало методов поддержки сельского хозяйства. Однако, с нашей точки зрения, максимально эффективными являются поддержка крестьянско-фермерских хозяйств и создание многоуровневой системы сельскохозяйственных производственных кооперативов. Так, основная часть сельского населения области занята в крестьянско-фермерских и личных

подсобных хозяйствах. Поскольку с 2012 года реализуются программы поддержки аграрного сектора экономики, стимулирующие переход граждан, ведущих личное подсобное хозяйство, в крестьянско-фермерские. Это программы по развитию начинающих фермеров и семейных животноводческих ферм. В период 2013-2015 годов на поддержку начинающих фермеров и семейных животноводческих ферм было выделено 340,5 миллиона рублей. За три года такую поддержку получили 146 фермеров, 118 из которых начинающие. [6]

Другим методом поддержки сельскохозяйственного производства является развитие сектора малых форм хозяйствования на основе создания многоуровневой системы сельскохозяйственных потребительских кооперативов. Для этих целей в Оренбургской области разработан проект ведомственной целевой программы «О развитии сельскохозяйственной кооперации Оренбургской области на 2015-2017 годы и на период до 2020 года». С появлением нового, давно ожидаемого инструмента государственной поддержки, сельскохозяйственные товаропроизводители получили шанс на ускоренное развитие за счёт участия в оснащённых перерабатывающих и сбытовых кооперативах. Как удастся использовать этот шанс - зависит от кооператоров-практиков, ревизионных союзов сельскохозяйственных кооперативов, организаций фермерского самоуправления, других организаций инфраструктуры малого и среднего предпринимательства на селе, разделяющих кооперативные принципы и верящих в перспективу кооперативного движения.

Список литературы

1. <http://www.agrokontrol.ru>
2. <http://mcx.orb.ru>
3. <http://orenstat.gks.ru>
4. <http://www.orenburg-gov.ru>
5. Все познается в сравнении// Оренбургская неделя. – 2016. - № 11. – 16 марта. – С. 8
6. Терентьева Л. Образовательный и жизненный маршрут «В будущее – вместе»// Вечерний Оренбург. – 2016. - № 7. – 17 февраля. – С.9
7. Шумеев В. Ни в какие ворота// Оренбуржье. – 2012. – 5 января. – С.1
8. Якушева В. Сельские безработные выходят из тени// Южный Урал. – 2013. – 24 марта. – С. 11

СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ КАК СФЕРА УСЛУГ

Бирюков В.А.

Московский политехнический университет

Средства массовой информации (СМИ) функционируют на двух рынках – товаров и услуг. В качестве товара СМИ выступает содержание, включающее созданный ими контент, предназначенный для целевой аудитории, а также мнения аудитории, представленные в интерактивном режиме, и элементы развлечений.

СМИ действуют на рынке содержания, производя для реализации и потребления специфический «товар», в данном случае содержание. Оно может иметь различную «упаковку»: любой материал СМИ специфически «упакован», например, в виде газетной новости, журнальной статьи, радио- или телепередачи [1,2]. Таким образом, с точки зрения медиаэкономики рынок товаров – это рынок содержания.

Приравнивая содержание к товару, нужно помнить, что в данном случае речь идет обо всех типах материалов СМИ, обо всем разнообразии жанров, форматов и объемов. Запросы аудитории в отношении содержания СМИ различаются. Не всем читателям одинаково интересны новости и редакционные материалы, зарисовки о жизни знаменитостей и анализ финансовых рынков, сериалы и программы о путешествиях. Именно поэтому содержание неодинаково как в пределах одного номера газеты или журнала, так и в рамках одного дня на радио- или телеканале.

Аудитория обращается к СМИ, чтобы удовлетворить свои информационные потребности. Людям нужны новости, комментарии на темы политики, общественной жизни или культуры [3]. Понятно, что этим запросы к содержанию СМИ не ограничиваются. Часто аудиторию интересует мнения авторитетных специалистов и анализ новых, социально значимых идей. Таким образом, СМИ предоставляют информационные услуги аудитории, удовлетворяя их потребности в информации.

Второй рынок, на котором конкурируют СМИ, – это рынок услуг. Средства массовой информации «продают» рекламодателям не площадь в газете или секунды в телепрограмме, а прежде всего доступ к аудитории [4]. Размер оплаты за «организацию» доступа читателей, зрителей, слушателей, пользователей к рекламному сообщению зависит главным образом от размеров и характеристик той аудитории, доступ к которой обеспечивается, а не от объемов и размеров самих рекламных объявлений.

СМИ, предоставляющие рекламодателям выход на конкретную аудиторию, делают это разными путями и в разных формах. В зависимости от типа СМИ, объема и

характеристик его аудитории рекламодатели, действующие в различных подкатегориях рекламного рынка, получают доступ к тем целевым группам, которые их интересуют более всего.

Доступ к аудитории – это услуга СМИ, предоставляемая рекламодателям. Таким образом, СМИ действуют на рынке услуг, предоставляя услуги рекламодателям путем организации их доступа к целевым аудиториям или создания аудиторий, которые затем «продают» рекламодателям.

Согласно классификации услуг, представленных в табл. 1, радио, телевидение и информационные услуги разделены и относятся к неосязаемым действиям, направленным на сознание аудитории [5].

Таблица 1. Классификация услуг

Основные классы услуг	Сфера услуг
Осязаемые действия, направленные на тело человека	Здравоохранение, пассажирский транспорт, парикмахерские, спортивные заведения, рестораны и кафе
Осязаемые действия, направленные на товары и другие физические объекты	Грузовой транспорт, ремонт и содержание оборудования, охрана, прачечные, химчистки
Неосязаемые действия, направленные на сознание человека	Образование, радио и ТВ, информационные услуги, театры, музеи, кино
Неосязаемые действия с неосязаемыми активами	Банки, страхование, операции с центральным банком, юридические и консультационные

В настоящее время СМИ относятся к информационным услугам. Журналистика относится к социальной сфере ввиду особой роли средств массовой информации. Вопрос о принадлежности того или иного предприятия к социальной сфере в экономической науке является дискуссионным. По мнению К.Ф. Пузыни, главным признаком принадлежности учреждения, предприятия или их подразделений к социальной сфере является прямое воздействие труда их работников на [5]:

- воспроизводство рабочей силы для национальной экономики;
- формирование физической и интеллектуальной дееспособности человека и всестороннее развитие каждой личности;
- обеспечение нормальных социальных условий, в которых осуществляется жизнь и деятельность людей.

Средства массовой информации по всем трем признакам принадлежат к социальной сфере, а следовательно, их можно рассматривать с позиций социальной экономики, которая их относит к группе духовного и физического развития населения,

включающей, кроме них культуру, спорт и туризм, однако не включающей информационные услуги другого характера.

В настоящее время и в России, и в мире делаются попытки классификации услуг в соответствии с современными представлениями в области информатизации. Так, Э.А. Гасанов выделяет следующие секторы [6]: сервисно-гуманитарный, информационно-технологический и научно-индустриальный. СМИ относятся к информационно-технологическому сектору, который, в свою очередь, делится на информационное производство и информационные услуги, оба эти подразделения поставляют услуги на рынок информационных продуктов и услуг.

Структура информационно-технологического сектора по видам экономической деятельности включает информационную деятельность, интеллектуальную деятельность и научно-техническую деятельность. Создание и распространение информации являются информационной деятельностью и, соответственно, включаются в структуру информационной экономики.

Средства массовой информации относятся к информационно-технологическому сектору в части информационной деятельности, цели которой – создание и распространение информации. По сравнению с любой другой информационной деятельностью продукцией СМИ является не только создание и распространение информации как таковой, но и распространение образов, идентичностей, мировоззрения и идеологии [5].

Основным руководящим органом для средств массовой информации является Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, которое рассматривает средства массовой информации как социальный институт, а не как систему медиаорганизаций и занимается регистрацией вновь создающихся СМИ.

Для оптимального управления массмедиа агентство разрабатывает информационную и экономическую политику в области СМИ, включающую управление системой медиаорганизаций в части регулирования рынка СМИ, другие методы управления экономической деятельностью массмедиа.

СМИ также рассматриваются как отрасль, предоставляющая одинаковые по значимости с культурой услуги. При этом средства массовой информации не включены в блок информационных услуг, предоставляемых информационной сферой, связанной с коммуникациями и компьютеризацией. Инфраструктура средств массовой информации неразрывно связана с системой связи.

Независимо от того, какой именно государственный орган будет заниматься управлением системой СМИ, он должен определять цели управления, ему должны быть

присущи определенные функции, как общие, так и конкретные, а также по элементам процесса производства.

Таким образом, производственная, информационная и инфраструктурная деятельность массмедиа разграничены и управляются разными структурами.

Основной целью управляющей подсистемы должно быть обеспечение оптимального функционирования системы СМИ и выполнения ими социальных задач, выработка методологии управляющих воздействий с учетом общественной роли средств массовой информации. Названная цель определяет функции управления, осуществляемые управляющей подсистемой медиаорганизаций.

Список литературы

1. Борисова С.Г., Бирюков В.А. Формирование стратегии развития средств массовой информации в современных условиях // Стратегическое планирование и развитие предприятий. Секция 4 «Стратегическое планирование на мезоэкономическом (региональном и отраслевом) уровне» / Материалы Шестнадцатого всероссийского симпозиума. Москва, 14-15 апреля 2015 г. Под ред. Чл.-корр. РАН Г.Б. Клейнера. (сборник тезисов докладов). – М.: ЦЭМИ РАН. – 2015. – С. 34 – 36.
2. Бирюков В.А., Фирсов А.В. Стратегическое развитие медиасреды в информационном пространстве // Стратегическое планирование и развитие предприятий. Секция 3 / Материалы Четырнадцатого всероссийского симпозиума. Москва, 9 -10 апреля 2013 г. Под ред. Чл.-корр. РАН Г.Б. Клейнера. (сборник тезисов докладов). – М.: ЦЭМИ РАН. – 2013. – С. 32 – 33.
3. Бурменко Т.Д. Многоликость услуг: проблемы определения и классификации // Современные услуги: природа, подходы к классификации, качество. Иркутск: Изд-во ИГЭА, 2000.
4. Туренко Т.А., Казарина Л.А., Баева О.Н. Менеджмент в сфере услуг. Иркутск: Изд-во ИГЭА, 2001.
5. Демина И.Н. Отраслевая принадлежность средств массовой информации [электронный ресурс]. Режим доступа <http://cyberleninka.ru/article/n/otraslevaya-prinadlezhnost-sredstv-massovoy-informatsii> свободный. Дата обращения 20.10.2016.
6. Гасанов Э.А. Характер и параметры информационного типа экономического роста. Иркутск: Изд-во ИГЭА, 2000.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ И РОЛЬ БИЗНЕС-АНАЛИЗА В ОЦЕНКЕ СТРАТЕГИЧЕСКОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ХОЗЯЙСТВУЮЩИХ СУБЪЕКТОВ

Галицкая Ю.Н., Гукасян З.О.

Кубанский Государственный Технологический Университет,
г. Краснодар

Центральной задачей российской экономической политики выступает достижение конкурентоспособности хозяйствующих субъектов и их устойчивого функционирования. Это приобретает особую актуальность в период кризисных явлений в экономике, резких изменений в бизнес-среде в негативном ключе.

Хозяйствующие субъекты являются фундаментом обеспечения условий реального устойчивого развития, составляющих основу экономики [1].

Хозяйствующие субъекты должны быть вооружены достаточными аналитическими инструментами, что позволяет обосновать конкретные управленческие решения и стратегию устойчивого развития.

Бизнес-анализ в современных исследованиях определяется как совокупность задач, методов, квалификаций и возможностей, необходимых для четкого определения проблем, стоящих перед бизнесом, и обоснования путей их решения [2].

Объекты бизнес-анализа можно рассматривать как бизнес-процессы, бизнес-подразделения, бизнес-модели коммерческих компаний, показатели их деятельности, требования заинтересованных сторон и внешней среды.

Метод бизнес-анализа в качестве основного пути подхода к изучению экономических явлений и процессов упрощенно можно описать как сравнительное исследование требований ключевых заинтересованных сторон коммерческих компаний и соответствующих фактических параметров этих компаний, на этой основе, определение бизнес проблем и обоснование путей решения этих проблем [2].

Отличительными особенностями метода бизнес-анализа являются [2]:

- анализ количественных и качественных характеристик бизнеса и его внешней среды, состав его участников и их требований;
- применение в анализе системы показателей, характеризующих сложные требования ключевых заинтересованных сторон, деятельность компаний и условия внешней деловой среды;
- исследование причин изменения отдельных показателей, проведение факторного анализа для определения влияния внутренних и внешних факторов;

- системный подход, выявление и измерение взаимосвязи и взаимозависимости требований различных заинтересованных сторон;

- сочетание методов анализа и синтеза в изучении бизнеса, обоснование мер по его совершенствованию и прогнозирование перспектив его развития.

Немаловажной особенностью методологии бизнес-анализа выступает сочетание традиционных методов и приемов классического анализа хозяйственной деятельности, экономико-математических методов, количественных и качественных методов анализа, маркетингового анализа, социологических и экологических исследований, методов анализа, характерных для стратегического управления и современные информационные технологии.

Задача оценки и поддержания стратегической устойчивости требует создания специального метода ее оценки, в том числе определение разумного набора показателей, характеризующих устойчивость предприятия.

Оценка стратегической стабильности предприятия служит основой для принятия управленческих решений, направленных на формирование стратегии устойчивого развития предприятия под влиянием факторов внешней и внутренней среды.

Под стратегической устойчивостью предприятия понимается эффективное использования производственных ресурсов, поддержание финансовой и экономической стабильности в течение длительного периода времени в изменяющейся внутренней и внешней среды, а также увеличение стоимости капитала предприятия.

При построении стратегических целей предприятия следует учитывать, что управление предприятием осуществляется в двух направлениях: управление капиталом и управление производством [3].

Первое реализуется через отношения между собственниками и менеджерами предприятия и поднимает вопросы стратегии компании, управление активами, маркетинг, технологии и инновационной политики и т.д.

Второе направление охватывает отношения руководства и персонала предприятия, с особым вниманием сосредоточены на управлении техническими, технологическими, организационными и социальными аспектами деятельности предприятия.

Стоимость предприятия (его рост) - экономический критерий, отражающий интегральный эффект принимаемых решений по всем параметрам для оценки деятельности предприятия (доли рынка и силу своей конкурентной позиции, доходы, инвестиционные потребности, операционная эффективность, налоговое бремя, регулирование, и, в конечном счете, движение денежных средств и риск).

В связи с этим мы хотели бы подчеркнуть актуальность рассмотрения устойчивости с точки зрения эффективного использования капитала, обеспечение конкурентоспособности компании и рост доходов его владельцев. Такой подход не исключает стремления к увеличению прибыли в настоящее время, но кроме того, что она поощряет управление заботиться о будущих позициях компаний на рынке и в промышленности, и т.д.

После изучения актуальных проблем в исследовании стратегической устойчивости и ряда представлений по теме устойчивости в целом, авторы определили следующие отличительные признаки стратегической устойчивости предприятия [3]:

- эффективное использование производственных ресурсов;

- стабильная прибыльность;

- устойчивое финансовое состояние;

- рост стоимости капитала предприятия;

- система управления, позволяющая гибко реагировать на изменения факторов внешней среды.

В условиях жесткой конкуренции и быстро меняющегося рынка, субъекты предпринимательства должны не только обратить внимание на внутренние условия деятельности, но и разработать долгосрочную стратегию, которая позволила бы им реагировать на изменения в окружающей среде и способствуют сохранению долговременной устойчивости. Оценка стратегической стабильности предприятия служит основой для принятия управленческих решений, направленных на формирование стратегии устойчивого развития предприятия под влиянием факторов внешней и внутренней среды.

В зависимости от фактически достигнутых показателей устойчивости функционирования, каждое предприятие должно стремиться разработать свою стратегию поведения. Здесь возникает необходимость прогнозирования финансовой и экономических показателей, поскольку заинтересованные стороны хотят провести анализ состояния бизнеса и на его основе сделать выводы о направлениях своей деятельности по отношению к предприятию в ближайшей или долгосрочной перспективе [4].

Список литературы

1 Бариленко В.И. Бизнес-анализ как инструмент обеспечения устойчивого развития хозяйствующих субъектов. // [Учет. Анализ. Аудит](#). 2014. - № 1. - С. 25-31.

- 2 Бариленко В.И. [Особенности](#) методологии бизнес-анализа. // [Экономика и управление: проблемы, решения](#). - 2014. [№ 3 \(27\)](#). - С. 20-26.
- 3 Галицкая Ю.Н., Мартынова Т.А. Оценка стратегической устойчивости и обоснование стратегии развития предприятия. Монография. Министерство образования и науки Российской Федерации. Краснодар, 2010. -113 с.
4. Галицкая Ю.Н., Тхагапсо М.Б. Методические основы прогнозирования финансовой устойчивости организации. // [Управление экономическими системами: электронный научный журнал](#). 2014. [№ 4 \(64\)](#). С. 16.

СУЩНОСТЬ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ КАК ЭКОНОМИЧЕСКОЙ КАТЕГОРИИ

Дмитриева О.В.

ФГБОУ ВО «Московской политехнический университет»

Определение эффективности принимаемого инвестиционного решения тесно связано с понятием «инвестиционная привлекательность». Инвестиционная привлекательность – понятие достаточно новое: в экономических публикациях появилось оно недавно и используется преимущественно при характеристике и оценке объектов инвестирования, осуществлении рейтинговых сопоставлений, сравнительном анализе инвестиционных процессов применительно к различным уровням хозяйственной иерархии и этапам экономического развития [1].

В настоящее время определение инвестиционной привлекательности носит дискуссионный характер и не позволяет однозначно ассоциировать данное понятие с различными признаками, заложенными в его содержании, что, в свою очередь, не позволяет однозначно интерпретировать его сущность [1].

Понятие «инвестиционная привлекательность» непосредственно связано с инвестиционным процессом. Инвестиционный процесс представляет собой совокупность последовательно-практических действий (инвестирования) в инвестиционной среде, выражающихся в осуществлении капиталовложений (инвестиций) инвестора в объект инвестирования, имеющий определенный набор количественных и качественных характеристик, с намерением дальнейшего получения максимального положительного экономического эффекта [2].

В предложенном определении выделены основные составляющие инвестиционного процесса: субъект инвестирования (инвестор), предмет инвестирования (инвестиции), объект инвестирования (хозяйствующий субъект), инвестиционная среда.

Возможно выделить следующие ключевые аспекты раскрытия понятия «инвестиционная привлекательность организации». Практически все существующие мнения авторов по ее определению увязываются с основными и наиболее мобильными участниками (субъектами) инвестиционного процесса, а именно с организациями-инвесторами, вкладывающими свободные денежные средства в ценные бумаги. Подобные точки зрения действительно верно характеризуют экономический смысл целевой направленности инвестиционного потока от одного хозяйствующего субъекта к другому. Поэтому анализ трактовки понятия инвестиционной привлекательности характеризует лишь специфику организации инвестиционного процесса в настоящее время.

По мнению автора, понятие «инвестиционная привлекательность» носит дуалистический характер: с одной стороны, необходимо рассматривать данное понятие с позиций инвестора при оценке целесообразности осуществления капиталовложений, и с другой стороны – это набор значимых количественных и качественных характеристик объекта инвестиций, которыми возможно управлять. В этой связи под инвестиционной привлекательностью автором понимается оцениваемое инвестором в рамках инвестиционного процесса свойство объекта инвестирования, обладающего определенным набором значимых для инвестора количественных и качественных характеристик, для определения целесообразности осуществления инвестиций в данный объект в случае возможности достижения максимального положительного экономического эффекта от инвестиций [2].

В представленном определении раскрыта сущность понятия «инвестиционная привлекательность», определена роль инвестиционной привлекательности в инвестиционном процессе с учетом взаимосвязи инвестора и объекта инвестиций и влияние инвестиционной привлекательности на действия участников инвестиционного процесса.

Понятие «инвестиционная привлекательность» можно использовать применительно как к экономике страны, ее отдельного региона, вида экономической деятельности, так и к экономике организации. Однако при этом необходимо дифференцировать перечень используемых показателей и методов оценки инвестиционной привлекательности на каждом иерархическом уровне управления экономикой [3].

Из сказанного следует, что инвестиционную привлекательность можно классифицировать по следующему иерархическому критерию организации экономических систем:

1. инвестиционная привлекательность страны;
2. инвестиционная привлекательность региона страны;
3. инвестиционная привлекательность вида экономической деятельности;
4. инвестиционная привлекательность организации.

При этом следует отметить взаимосвязь иерархических уровней экономических систем при оценке инвестиционной привлекательности, а именно: инвестиционная привлекательность организации в существенной мере определяется инвестиционной привлекательностью вида экономической деятельности, в рамках которого функционирует данная организация, региона расположения и национальной экономики в целом. В свою очередь, работает и принцип обратной связи: инвестиционная привлекательность отдельных организаций во многом определяет инвестиционную привлекательность вида деятельности, в котором они работают. Аналогично инвестиционная привлекательность организаций, расположенных в конкретном регионе, оказывает существенное влияние на инвестиционную привлекательность региона в целом, а из привлекательности отдельных регионов складывается инвестиционная привлекательность национальной экономики [4].

При этом следует четко различать понятия «инвестиционная привлекательность» и «финансовое состояние» организации. Финансовое состояние организации представляет собой совокупность показателей, отражающих наличие, размещение и использование финансовых ресурсов, то есть дает представление о текущем состоянии активов и обязательств организации в целом [5].

Показатели, характеризующие финансовое состояние организации, рассчитываются по стандартным методикам, поэтому его практически всегда можно оценить по нескольким формальным критериям: показатели ликвидности и финансовой устойчивости (соотношение собственного и заемного капитала, а также соотношение групп активов пассивов различной степени срочности), показатели деловой активности (оборотчиваемость) и рентабельности [6].

Для адекватной оценки инвестиционной привлекательности организации необходимо учитывать сложившуюся макроэкономическую ситуацию и вероятные пути ее развития, текущее состояние и перспективы развития вида экономической деятельности, сложившееся социально-экономическое положение и перспективы развития региона.

В то же время инвестиционная привлекательность организации — это оценка степени возможности организации (проекта) за счет будущих доходов окупить первоначальные вложения и принести дополнительную прибыль от инвестиций. В этом случае нормальное финансовое состояние организации является положительным моментом при оценке ее инвестиционной привлекательности, так как свидетельствует о хорошей «стартовой позиции» организации при реализации инвестиционной программы (проекта).

В ряде случаев организация может быть оценена как инвестиционно привлекательная и при неудовлетворительном финансовом состоянии. Это, как правило, обуславливается фактором позитивных инвестиционных ожиданий: текущей или ожидаемой высокой рентабельностью того вида экономической деятельности, в котором работает организация, перспективой развития новых товарных или региональных рынков. В подобных условиях оцененный инвестором возможный уровень будущих доходов организации окажется достаточно высоким, чтобы перекрыть влияние фактора текущего неудовлетворительного финансового состояния организации.

Следует также отметить важность учета полного спектра рисков инвестиционного проекта и правильности их количественной оценки при оценке инвестиционной привлекательности организации (проекта) и принятии инвестором решения инвестиционного решения.

Список литературы

1. Черных Я.А. Оценка инвестиционной привлекательности акционерных обществ промышленности (на примере Приморского края): дис....кандидата экономических наук. – Владивосток: 2006.
2. Дмитриева О.В., Петенкова А.С. Оценка инвестиционной привлекательности организации в условиях экономического кризиса: монография. – М.: МГУП им. Ивана Федорова, 2012.
3. Суханов А.В. Инвестиционная привлекательность компании. Подходы к оценке и к управлению. – М.: МАКС ПРЕСС, 2005.
4. Якупова Н.М., Яруллина Г.Р. Инвестиционная привлекательность. Анализ, измерение, оценка. – Казань: Издательство Казанского государственного университета, 2010.
5. Ковалев А.И. Анализ хозяйственного состояния предприятия: учебное пособие. - 3-е изд., исправ. и доп. — М.: КНОРУС, 1999.
6. Колмыкова Т.С. Инвестиционный анализ: учебное пособие. - М.: ИНФРА-М, 2009.

ПРОБЛЕМЫ АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯМИ НА ОСНОВЕ ИННОВАЦИЙ

Дуброва Л.И.

Донской государственный технический университет, г. Ростов-на-Дону

В теории и практике антикризисного управления сталкиваются две идеологии. Согласно первой антикризисное управление понимается как экономия и избавление от излишнего имущества. К сожалению, эта идеология наиболее распространена в нашей стране. В результате антикризисное управление на предприятии понимается в первую очередь как сокращение текущих издержек предприятия и продажа его избыточных активов.

Подобный подход к антикризисному управлению способен дать предприятию быстрые доходы от реализации избыточного имущества и существенное уменьшение издержек, особенно в результате сокращения постоянной части текущих расходов, которые необходимо нести независимо от объема выпуска и продаж продукции (зарботная плата административно-управленческого аппарата, оплата аренды, а также некоторых категорий вспомогательного и обслуживающего персонала и др.).

Такой подход может быть главным только в том случае, если не возникает особых проблем с основным и регулярным источником финансового благосостояния и существования предприятия - с продажей его продукции.

Если рассматривать предприятие как действующее, которое изначально не собираются ликвидировать, то нет смысла сосредоточиваться на сокращении отдельных элементов текущих затрат.

Вторая идеология антикризисного управления подразумевает налаживание выпуска и реализации конкурентоспособной продукции. Оно сводится в первую очередь к улучшению способности предприятия получать регулярные надежные доходы от продажи продукции, товаров и услуг.

Для этого может потребоваться как улучшение на предприятии маркетинга выпускаемой продукции (продвижение на рынок и сбыт, пересмотр ценовой политики, условий поставки и др.), так и освоение новой, более выгодной продукции, повышение качества выпускаемых товаров или оказываемых услуг. Вторая идеология не должна противопоставляться первой как рассчитанная на более позднюю отдачу. Ведь меры по улучшению продаж, если они основаны на имеющемся коммерческом и технологическом заделе, способны дать очень быстрый эффект.

Антикризисное управление, нацеленное на улучшение продаж, является решающим при выводе предприятия из финансового кризиса, если у предприятия существуют проблемы с конкурентоспособностью продукции.

Антикризисное управление, направленное на налаживание выпуска и реализации конкурентоспособной продукции, может быть охарактеризовано как инвестиционное антикризисное управление. Основным условием такого управления является доступность инвестиций за счет самофинансирования, привлеченного или заемного капитала [1].

Разновидностью инвестиционного антикризисного управления, направленного на увеличение выпуска и продаж продукции, является антикризисное управление на основе инноваций. Проекты, осуществляемые при инвестировании в новые для предприятия технологии (они могут быть новыми и для отрасли, и для рынка), часто называют инновационными.

При этом антикризисное управление может акцентировать внимание как на новых технологиях собственно в производстве (создание и освоение новой для предприятия или для рынка продукции, новых технологических процессов ее выпуска, техники и материалов), так и на новых технологиях в организации выпуска и продаж продукции. Это подразумевает антикризисное управление на основе инноваций.

В основе антикризисного управления, максимизирующего финансовые результаты, должны лежать инновации - продуктовые и процессные, а также институциональные. Институциональные процессные инновации означают новые формы организации и управления в производстве и сбыте. Обеспечивающими инвестиционные проекты предприятия могут быть процессные инновации и продуктовые инновации в хозяйственной деятельности.

Эти инновации должны рассматриваться как суть антикризисного управления предприятием, направленного на его сохранение как действующего с удержанием на предприятии максимально возможного числа рабочих мест. Финансовое оздоровление сохраняемого действующего предприятия тоже должно строиться на таких инновациях.

Продуктовые инновации сводятся к выбору и освоению новых видов деятельности, продуктов предприятия. Для этого предприятию, специализирующемуся в наукоемких отраслях, могут потребоваться предварительная разработка нового продукта и технологии его выпуска (возможно, не собственными силами, но за свой счет - путем заказа разработки на стороне), приобретение соответствующих технических решений и прав на них на рынке технологий (посредством покупки лицензий на изобретения и ноу-хау, приглашения на работу его создателей и т. п.).

Продуктовые инновации – основной вид новшеств, непосредственно генерирующих дополнительные продажи, прибыли и денежные потоки. Продуктовые инновации являются среднесрочными для предприятий, но, как правило, требуют больших капиталовложений.

Недостаточное финансирование фундаментальной науки и прикладных научно-исследовательских работ практически лишает отечественные предприятия возможности производить принципиально новую продукцию. При низком техническом уровне производства суммы прибыли, которую получит предприятие, недостаточно для приобретения современного дорогостоящего оборудования [3].

Наиболее оперативными и легкорезализуемыми являются процессные новшества. Процессные инновации нацелены на экономию всех видов издержек предприятия. В этом смысле они способны принести дополнительные прибыли и денежные потоки предприятию. Процессные инновации также могут обеспечить повышение качества и освоение новых продуктов. В этом случае они тоже служат непосредственным источником дополнительных прибылей и денежных поступлений фирмы.

Процессные инновации считаются наиболее краткосрочными по своей окупаемости, не требующими значительных инвестиций и легко осуществимыми новшествами.

Акцент на технологические продуктовые и процессные инновации в антикризисном управлении соответствует наиболее общепринятой в современных взглядах на менеджмент «концепции бриллианта» - («Diamond Concept»). Согласно данной концепции главным фактором конкурентоспособности предприятия является инновативность фирмы, т. е. ее способность и к радикальным, и к частным технологическим инновациям.

Согласно «концепции бриллианта» предприятие нуждается в продуктовых инновациях, так как они необходимы для успеха в продуктовой конкуренции, т. е. в борьбе за клиентов на основе такого совершенствования качества продукции (услуг), которое следует за изменением потребностей клиентов. Процессные же инновации создают возможность снижать себестоимость и тем самым без ущерба для финансовых показателей предприятия снижать при ценовой конкуренции цену на продукт.

Значительное отставание большинства российских промышленных предприятий от аналогичных в экономически развитых странах и недостаточное финансирование отечественной науки создали условия, при которых наиболее перспективным направлением инновационного развития для отечественных предприятий является совершенствование технологий [2].

Анализ деятельности ряда предприятий Ростовской области показал, что отсутствие достаточного объема прибыли делает проблематичным осуществление продуктовых инноваций, а на убыточных предприятиях инновационное развитие практически отсутствует. Руководство предприятий вынуждено принимать решения по изменению техники, направленные, в основном, на сохранение возможности выпуска освоенной продукции или, в лучшем случае, вносить незначительные изменения в производимые товары.

Несмотря на общепризнанную значимость, инновационные процессы до последнего времени не были центральной проблемой экономического анализа. В их природе заложена трудность приспособления к преобладающим экономическим условиям. Мировая практика показывает, что предприятия, которые расходуют на инновационное развитие больше средств, чем в среднем по отрасли, не только получают возможность роста прибыли сверх среднеотраслевого показателя рентабельности, но и берут на себя более высокие риски потерь на инвестированные средства [4]. При принятии на себя больших расходов по инновационным инвестициям и большего риска, предприятие может получить прирост прибыли, превышающий среднеотраслевые показатели по двум причинам. Во-первых, прирост прибыли может быть получен за счет большей эффективности инновационных проектов по сравнению с экстенсивным развитием производства. Во-вторых, при производстве новых продуктов возникает возможность извлечения более высокой прибыли за счет роста объема продаж.

Список литературы

1. Бармута К.А. Антикризисное управление на предприятии: учеб. пособие/К.А. Бармута, А.В. Тихонов. - Ростов-на-Дону: ДГТУ, 2015. - 214 с.
2. Бармута К.А. Обеспечение устойчивого развития предприятия в условиях освоения инноваций // Вестник Донского государственного технического университета. - 2010. - Т. 10, № 8. - С. 1274-1279.
3. Бармута К.А. Формирование национальной системы венчурного инвестирования//Экономические науки. - 2009. - № 52. - С. 168-172.
4. Mazur V.V., Barmuta K.A., Demin S.S., Tikhomirov E.A., Bykovskiy M.A. Innovation clusters: Advantages and disadvantages//International Journal of Economics and Financial Issues. - 2016. - Vol. 6(1S). - pp.270-275

ТЕРРИТОРИИ ОПЕРЕЖАЮЩЕГО РАЗВИТИЯ: БАРЬЕРЫ И ПУТИ ИХ ПРЕОДОЛЕНИЯ

Кузнецов Б. Л., Кузнецова С.Б., Галиуллина Г.Ф.

Набережночелнинский институт (филиал) Казанского (Приволжского) федерального университета

Аннотация. Статья посвящена новому инструменту развития моногородов – созданию территорий опережающего развития на базе диверсификации, импортозамещения и привлечения малого и среднего бизнеса. Проведена сравнительная оценка перспективности реинжиниринга доминирующих предприятий на территории и ТОСЭР по факторам инвестиционного обеспечения и ряду других системоформирующих факторов. Предложены пути преодоления возможных барьеров на пути развития территорий.

Ключевые слова. Территории опережающего социально-экономического развития, доминирующие отрасли экономики, инвестиции, малый и средний бизнес.

Решением Правительства РФ для некоторых «моногородов» с депрессивными экономиками (всего таких в РФ 319) предложен новый инструмент территориального социально-экономического развития «территории опережающего социально-экономического развития» (ТОСЭР). Для избранных 10 моногородов (по состоянию на 1.10.2016 г.) определена генеральная цель (миссия) – привлечение инвестиций и заданы отраслевые коридоры-ограничители, которые могут быть использованы для деятельности предприятий малого и среднего бизнеса с задачами диверсификации отраслевой структуры. Территориям, попавшим в число ТОСЭР, обещаны налоговые облегчения и ряд преференций в хозяйственной деятельности. Из городов Республики Татарстан в число 10 ТОСЭР попал город с «проблемной экономикой» Набережные Челны (525 тысяч жителей, валовый региональный продукт от 160 до 200 млрд. рублей, бюджетное обеспечение одного жителя 14 тыс. рублей, доминирующая отраслевая специализация – автомобилестроение).

Ключевыми факторами успеха в программе создания российских ТОСЭР определены: привлечение инвестиций, включение предприятий малого и среднего бизнеса в процессы диверсификации и импортозамещения. Мотивирующий аппарат – налоговые облегчения.

Инвестиции. Самотеком инвестиции идут в успешно развивающиеся территории. В депрессивные экономики их нужно заводить системой мотивационных мер [1; 2]. Создан фонд развития моногородов. Возможности его ограничены, и ресурсы могут быть использованы только в инфраструктурные проекты. «Опережающее» развитие в современных условиях может быть достигнуто только на основе перехода на платформы 6-го технологического уклада [3]. Как правило, это высокотехнологичные и наукоемкие производства. Среднемировая стоимость 1 рабочего места на этих производствах 1,5-2 млн. долларов (свыше 100 млн. рублей). Вкладывать инвестиции в рутинные технологии бесперспективно. Нужен особый адресный механизм привлечения инвестиций, которого в правительственных постановлениях по программе создания ТОСЭР нет. Без такого механизма возможно обострение конкурентной рыночной борьбы за инвестиции и не факт, что победителями будут предприятия малого и среднего бизнеса, которым определены отраслевые коридоры в правительственных документах ТОСЭР.

Малый и средний бизнес. Триггерной точкой функционирования малого и среднего бизнеса (МСБ) являются кредиты. Более половины предприятий МСБ обеспечивают оборотные средства за счет кредитов. Цена заемных средств непомерно велика и снижает рентабельность субъектов МСБ. Кредитных преференций для предприятий МСБ, желающих участвовать в программе ТОСЭР, не предусмотрено. В таких условиях малый бизнес, скорее всего, будет оттеснен в программе ТОСЭР средним бизнесом, а тот в свою очередь выступит провайдером крупного бизнеса.

В стране 22 млн. «самозанятого» населения, т.е. тех, кто имеет ИНН, но не может указать конкретное предприятие, на котором он работает. Серый рынок в экономике РФ по оценкам, как правительства, так и экспертов, превышает 40% всей экономики России. Если этот ресурс вовлечь в программу ТОСЭР, то это обеспечит успешность программ ТОСЭР. Но нужен особый механизм перехода из «серого» состояния в ТОСЭР. Пока такого механизма нет.

Отраслевая диверсификация. Список депрессивных моногородов начинается с Тольятти (750 тысяч жителей) и Набережных Челнов (525 тысяч жителей) – крупнейших центров автомобилестроения и бывших 40 лет назад самыми быстрорастущими городами СССР. Российское автомобилестроение в глубоком кризисе. В России производится автомобильной техники около 5% к уровню Китая. Уничтожены крупные производители автомобильной техники – ЗИЛ и Москвич. АвтоВАЗ работает менее чем на 50% достигнутой ранее мощности, КАМАЗ загружен на 25% проектной мощности. Кредиторская задолженность АвтоВАЗа 75 млрд. рублей. Велика она и на КАМАЗе. Если Правительство России будет спасать отечественное автомобилестроение (что вероятнее

всего), то оно примет участие в реинжиниринге производственных систем этих автомобильных комплексов и объективно снизится роль ТОСЭР в развитии этих территорий. АвтоВАЗ и КАМАЗ располагают некоторой инфраструктурой для инновационно-реинжинирингового развития. Являясь системоформирующими предприятиями на своих территориях, они будут иметь преимущества в выработке и реализации траекторий развития этих территорий в своих интересах.

Если системоформирующие организации не подлежат уничтожению, как ЗИЛ и АвтоМосквич, то с целью предотвращения социальных потрясений в многотысячных коллективах (в АвтоВАЗе свыше 60 тысяч работающих, на КАМАЗе около 40 тысяч работающих) им будет оказана финансовая поддержка федеральных, региональных властей, отечественных и зарубежных акционеров в больших масштабах, чем ТОСЭР. Конкуренция за инвестиции, кадры, материальные ресурсы и, особенно, интеллектуальный потенциал не обязательно даст преимущества ТОСЭР. Вероятнее, преимущество окажется на стороне доминирующих предприятий, и в итоге структура экономики территории сохранится.

Проекты ТОСЭР по ключевым факторам успеха должны быть увязаны с развитием доминирующих предприятий, а это значит, должны быть сориентированы на синергетическую эффективность, т.е. эффективность взаимодействия, а не конкуренции. Промсборка автомобилей составляет в цепочке создания добавленной стоимости объекта производства всего 10-15%. Остальные 85% дают комплектующие агрегаты, узлы, детали, приборы, инфраструктура, логистика и т.д. Вот где для предприятий ТОСЭР широкое поле деятельности с большими шансами на успех.

Снижению рисков в проектах ТОСЭР, конвертации депрессивности в «опережение» могут способствовать такие мероприятия как создание опытно-промышленных производств и лабораторно-испытательных центров на коллективных началах, центров стандартизации, сертификации и прототипирования, овладение технологиями форсайт-проектирования, управление проектами с ориентацией на синергетические эффекты.

Благодарность

**Статья подготовлена при финансовой поддержке РГНФ. Проект «Стратегия формирования и функционирования территорий опережающего развития на основе реализации территориальной промышленной политики» № 16-02-00073.*

Список литературы

1. Анимица Е.Г. Пространственно-временная парадигма в социоэкономике: региональный аспект: монография / Е.Г. Анимица, В.А. Сухих; Перм. ун-т. – Пермь, 2007. – 140 с.
2. Бочко В.С. Интегративное стратегическое развитие территорий (теория и методология). – Екатеринбург: Институт экономики УрО РАН, 2010. – 316 с.
3. Романова О.А., Стариков Е.Н. Законодательное и нормативно-правовое обеспечение модернизации промышленности региона: принципы, тенденции и направления развития. – Екатеринбург: Институт экономики УрО РАН, 2012. – 243 с.

ФИНАНСОВЫЙ АНАЛИЗ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ АПК

Мустафаев А.А.

к.э.н.

Институт социально-экономических и энергетических проблем Севера КНЦ УрО РАН,
г. Сыктывкар, Россия

Аннотация. Работа посвящена актуальной проблеме взаимосвязей финансового анализа с эффективностью и конкурентоспособностью агропромышленных предприятий. Анализированы ключевые задачи и показатели финансового анализа, способного оценить хозяйственную деятельность и конкурентоспособности предприятий. Основной акцент сделан на создание сбалансированной системы финансовых показателей АПК, которая в процессах использования превращается в более широкую управленческую систему. Определено, что прозрачность данного анализа во многом зависит от результатов производственной, коммерческой и финансовой деятельности.

Ключевые слова. финансовый анализ, конкурентоспособность, хозяйственная деятельность, сбалансированность, финансовые показатели, платежеспособность, процессы и subprocesses.

Особенностью в современных условиях функционирования АПК является периодическое изменение финансовой ситуации её отраслей, подотраслей и видов деятельности. Эти изменения оказывают сильное влияние на финансово-хозяйственную деятельность и конкурентоспособность агропромышленных предприятий,

результативность которых характеризуется падением или повышением объемов производимого товарного продукта и полученного дохода. Исходя из этого, регулярно проводимый финансовый анализ АПК выступает в качестве одного из факторов, раскрывающих внешние возможности и внутренние резервы повышения эффективности производства и конкурентоспособности предприятий. Данный анализ более ярко характеризует сущности функционально-ориентированных (технологически взаимосвязанных) сфер деятельности АПК (финансы, инвестиции, производство, маркетинг и сбыт, инновации, персонал и т.д.), которые объединены стратегическими и тактическими целями.

Исходя из вышеизложенного, отметим, что критерием определения состояния и уровня эффективности хозяйственной деятельности АПК является сбалансированная система финансовых показателей. Она дает возможность более детально анализировать существующее финансово-экономическое состояние агропромышленных предприятий, определить состав, структуру и степень эффективности используемых материальных и нематериальных ценностей. Это существенно облегчает систему контроля над выполнением стратегических задач АПК. Позитивные сдвиги в данном направлении свидетельствуют о возможности постепенного расширения масштабов использования сбалансированной системы финансовых показателей, улучшении контроля над всесторонним развитием агропромышленных предприятий.

Следовательно, по своей объективной природе и по мере возможности использования, сбалансированная система финансовых показателей, раскрывая финансово-хозяйственную деятельность АПК, превращается в более яркую и широкую управленческую систему. Данная система включает в себя множество процессов и subprocesses, создаёт благоприятные условия для проведения оперативного финансового анализа с целью быстрого реагирования на негативные изменения. Это не оставляет сомнений в актуальности данного исследования, которое приобретает особое значение для долгосрочного развития АПК.

Возрастает актуальность использования финансового анализа как инструмента управления хозяйственной деятельностью и конкурентоспособностью агропромышленных сфер и предприятий. В обобщенном представлении, основными объектами финансового анализа предприятий АПК являются следующие:

1. финансовый анализ состава и структуры имеющихся активов с целью обеспечения постоянной платежеспособности и генерирования (формирования) прибыли предприятий. Понятие «финансовое состояние предприятие» тождественно с результатами оценки хозяйственной деятельности предприятия – с генерированием его

чистой прибыли, которая является гарантом того что предприятие станет платежеспособным, своевременно и в полном объеме погасит краткосрочные и долгосрочные финансовые обязательства. Как правило, высшей стратегической целью АПК является увеличение чистой прибыли предприятия, рост денежного потока и собственного капитала, а также повышение рыночной стоимости. Следовательно, чистая прибыль - это превышение совокупных доходов над совокупными расходами в хозяйственной деятельности АПК. Обобщая, отметим, что анализ финансового состояния (финансовая диагностика) предприятия АПК – это анализ оценки способности предприятия в достижении высшей стратегической цели.

2. финансовый анализ состава и структуры основного и оборотного капитала с целью изучения и поддержания финансовой устойчивости и кредитоспособности предприятий АПК. Ускорение оборачиваемости основного и оборотного капитала приводит к уменьшению продолжительности операционного цикла и увеличению объема прибыли. Финансовая устойчивость АПК более достоверно характеризует способности ее предприятия в процессах формирования и расширения капитальных средств за счет собственных источников и, тем самым, показывает зависимость от внешних источников финансирования. Финансовая устойчивость предприятий АПК тесно связана с оптимальными структурами капитала, рациональными соотношениями заемных и собственных средств. При этом уровень отдачи внутренних средств - рентабельность собственного капитала - имеет существенное значение как для собственника, так и для инвесторов. Значимость использования финансовых рычагов в процессе управления капиталом заключается в наблюдении за соотношением заемного и собственного капитала, обеспечении их рациональной пропорции с целью избежания угроз потери финансовой устойчивости и банкротства предприятий.

3. финансовый анализ проводимых комплексных земельных мер повышения экономического плодородия почв, определение эффективности финансовых ресурсов, вложенных для улучшения состояния обрабатываемых земельных участков: внесение органических и минеральных удобрений (в пересчете на 100% питательных веществ) под посевы, проведение соответствующих мелиоративных, агротехнологических и агротехнических работ, известкование кислых почв, осушение болот и т.д. Следовательно, без удобрений и гербицидов невозможно практиковать почвозащитные системы земледелия. Необходимо отметить, что система земледелия должна соответствовать общественным потребностям, агроэкологическим требованиям сельскохозяйственных культур, природным условиям, уровню интенсификации производства, хозяйственному укладу. Регулярно проводимый финансовый анализ более ярко определяет пути

повышения эффективности использования сельскохозяйственных угодий, обеспечение воспроизводства земельных ресурсов. Поэтому к важнейшим проблемам социально-экономического развития АПК относятся вопросы рационального использования земельных ресурсов, от которого зависит продовольственная безопасность государства и уровень жизни населения.

4. финансовый анализ эффективности производства и конкурентоспособности продукции и услуг предприятий на основе внедрения достижений научно-технического прогресса. Данный анализ влечет за собой комплекс совершенных форм и методов агропромышленного хозяйствования – эффективных форм управления производством, ускорения процессов финансово-инвестиционной деятельности, активизации предпринимательства и т.д. С его помощью возможно оперативно принимать управленческие решения, своевременно реагировать на деятельность отдельных подразделений и работников, обнаруживать множества негативных факторов и тенденций развития АПК, выработать долгосрочную стратегию и тактику агропромышленного хозяйствования, осуществлять контроль за их выполнением. Усиление деловой активности предприятий АПК, переход от «пассивного» инвестиционного типа функционирования к «активному» инновационному развитию создает все необходимые предпосылки для обеспечения конкурентного преимущества [1, с. 83]. Это говорит о том, что регулярно проводимый финансовый анализ диктует необходимость формирования интеллектуального потенциала предприятий АПК, которая является основой повышения хозяйственной деятельности и конкурентоспособности агропромышленных сфер.

Не вызывает сомнения то обстоятельство, что именно полноценный интеллектуальный потенциал в обозримом будущем будет играть роль такого основания, которое обеспечивает не только технологическую реструктуризацию и модернизацию агропромышленного производства, но и переход на новое качество социально-экономического, экологического, инфраструктурного развития АПК. Следовательно, «мировой опыт показывает, что материальную базу инновационной экономики составляет высокоразвитое машиностроение, ядро которой образуют наукоемкие отрасли, обеспечивающие автоматизацию, информатизацию, и интеллектуализацию производственных процессов» [2, с. 151].

В обобщенном виде отметим, что финансовый анализ более достоверно характеризует финансовое состояние агропромышленных предприятий, оценивает их устойчивость и стабильность. Прозрачность данного анализа во многом зависит от результатов производственной, коммерческой и финансовой деятельности. Как правило, устойчивое финансовое положение способствует повышению конкурентоспособности

предприятий, оказывает положительное влияние на увеличение объема и улучшение качественной характеристики приобретаемых капитальных средств. К сожалению, сегодня большинство предприятия АПК, обладая высокой фондоемкостью, функционируют в условиях низкой материально-технической оснащенности. При этом инвестиционное развитие отраслей и предприятий АПК (долгосрочные займы, приобретение техники) имеет ярко выраженную дифференциацию. Это обостряет ситуацию в области долгосрочного финансирования инвестиций агропромышленных сфер, реформирования аграрного сектора экономики.

Одним из показателей финансового анализа, характеризующих эффективность и конкурентоспособность предприятий АПК, является увеличение прибыли и рентабельности. Процесс управления прибылью предполагает ее эффективное распределение и целесообразное использование, удовлетворение потребностей предприятий в необходимых капитальных ресурсах. Прибыль представляет собой окончательный результат финансовой деятельности предприятий, главной целью предпринимательской и производственной деятельности. Следовательно, стабильность создания денежного потока, величина которого зависит от всех факторов внешней и внутренней среды предприятия и позволяет учесть все риски его деятельности (систематические и несистематические), и является важнейшим условием стратегической конкурентоспособности. При этом очевидно, что как основой, так и следствием получения стабильных денежных потоков является конкурентоспособность предприятия на рынках товаров, капитала и труда [3, с. 187].

Резюмируя, отметим, что если конкурентоспособность для развития предприятий АПК имеет большое значение, то управленцам и экономистам необходимо по-новому взглянуть на такие специфические активы, как нематериальные. Так как ориентироваться исключительно на максимизацию благосостояния держателей финансовых активов (традиционного капитала) стало устаревшим, более значимым в управлении предприятием стали носители интеллектуального капитала. Нельзя забывать о том, что разработанная модель эффективного использования активов предприятий не может быть единой для различных ситуаций конкурентоспособности. Чем выше роль конкурентоспособности, тем в большей степени решение принимается не на принципах оптимального ведения производства, а интуитивно или на основе ранее полученного опыта.

Таким образом, основные задачи финансового анализа АПК состоят в следующем:

- 1) Своевременное выявление и устранение негативных явлений и недостатков в финансово-хозяйственной деятельности АПК, поиск надежных внешних источников

финансирования и использования внутренних резервов улучшения финансового состояния агропромышленных предприятий и их платежеспособности.

2) Разработка соответствующих конкретных мер формирования сбалансированной системы финансовых показателей, направленных на повышение эффективности использования финансовых ресурсов, укрепление финансово-хозяйственной системы АПК в целом.

3) Прогнозирование всевозможных вариантов, способных к достижению высокого финансово-хозяйственного результата, исходя из наличия достаточных собственных и заемных ресурсов и реальных условий хозяйственной деятельности АПК.

Список литературы

1. Мустафаев А.А. Интеллектуальный капитал – основа обеспечения конкурентоспособности предприятий // Материалы VIII Международной научно-практической конференции «Конкуренция и конкурентоспособность. Организация производства конкурентоспособной продукции». Новочеркасск, 2010. 192 с.
2. Реструктуризация экономики дотационного региона / под. ред. Татаркина А.И. М.: Наука, 2001. 663 с.
3. Новикова Н.Б. Оценка конкурентоспособности при планировании модернизационных мероприятий // Материалы VIII Международной научно-практической конференции «Конкуренция и конкурентоспособность. Организация производства конкурентоспособной продукции». Новочеркасск, 2010. 192 с.

ИННОВАЦИОННАЯ СРЕДА КЛАСТЕРА: ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ ОБЛАСТИ И СТРУКТУРНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ

Степанова Э.В.

Красноярский государственный аграрный университет, г. Красноярск

В современных условиях особое внимание в мировой и российской экономике уделяется формированию и развитию территориальных инновационных кластеров, являющиеся источниками конкурентоспособности регионов и стран. Следовательно, особое внимание следует акцентировать на создание благоприятных условий для развития кластеров. В экономической литературе широко рассмотрено понятие «инновационной среды», но к однозначному определению ученые не пришли, так как рассматривают инновационные системы разного уровня. Необходимость исследования инновационной

среды как нового явления, способствующего развитию инновационных процессов отмечают такие ученые как Кастельс М., Харт Д.А., Котов Д.В., Унтра Г.А., Чистякова Н.О.

На основании проведенного анализа наиболее распространенных концепций к понятию инновационной среды, выявлено, российскими исследователями наибольшее внимание при определении инновационной среды уделяется различным видам ресурсов и факторам, необходимым для осуществления инновационной деятельности. По мнению автора наиболее предпочтительной средой, специально созданной для реализации и развития инновационного потенциала является территориальный инновационный кластер, среда в которой функционирует кластер рассматривается как инновационная среда кластера. Воздействие инновационной среды кластера на субъекты региона в процессе реализации инновационной деятельности осуществляется исходя из имеющихся условий и ресурсов, в рамках разработанной и проводимой региональной инновационной и кластерной политики. В рамках проводимого исследования для обеспечения эффективного взаимодействия субъектов инновационного кластера и создания благоприятных условий этого взаимодействия целесообразно выделить составляющие инновационной среды кластера.

Таблица 1 - Анализ подходов российских ученых к термину «инновационная среда»

Автор, источник	Определение	Характеристика
Чистякова Н.О. [4]	Инновационная среда представляет собой меру готовности выполнять задачи, обеспечивающие достижение поставленной инновационной цели, т.е. меру готовности к реализации инновационного проекта или программы инновационных преобразований и, следовательно, внедрению инноваций.	Мера готовности к инновационной деятельности
Лаврищева Е.Е. [2]	Инновационная среда — внешнее окружение инновационной организации, ее инновационной системы, состоящее из дальнего окружения (макросреды) и ближнего окружения (микросреды). В инновационной среде формируется инновационное поведение организации. Внешняя среда составляет инфраструктуру инновационной системы организации.	Подход по факторам внешней среды разного уровня.
Котов Д.В. [1]	Инновационная среда социально-экономической системы образуется путем взаимосвязи и взаимодействия субъектов инновационной деятельности, регулируемыми нормативно-правовыми и экономическими механизмами, и возникает при создании, обращении и использовании инноваций.	Подход рассматривает взаимосвязи субъектов и механизмы регулирования инновационной деятельности.

Нестеров А.А. [3]	Среда инновационной деятельности территории представляет собой систему, которая в общем случае состоит из ряда подсистем: исследовательской и образовательной; хозяйствующих предприятий и организаций, занятых в инновационном производств; информационной сети; специализированных инновационных структур; структуры подготовки инновационной восприимчивости потребителем; системы институционального и политического обеспечения; сферы инвестиционного обслуживания, финансовой.	Системный подход, основан на совокупности подсистем территории
----------------------	---	--

Анализируя подходы российских авторов, определяющих компоненты инновационной среды, выявлено, что большинство авторов придерживаются концепций выделения внешних факторов влияния на инновационную деятельность и определении внутренних составляющих инновационной среды.

Ларищева Е.Е. выделяет основные элементы инновационной среды:

- инновации, т.е. совокупность научных и научно-технических результатов или продукт интеллектуального труда;

- товаропроизводители конкурентоспособной продукции, которые выступают в качестве потребителя тех или иных новшеств;

- инвесторы, обеспечивающие на свой страх и риск финансирование всего комплекса работ по созданию требуемых новшеств;

- инновационная инфраструктура, то есть вся та совокупность самых разных организаций и учреждений, без наличия которых инновационный процесс развивался бы менее эффективно, например, бизнес-инкубаторы, технопарки, юридические и консалтинговые компании [2].

Котов Д.В. определяет следующие составляющие инновационной среды экосистемы:

- инновационная инфраструктура;

- предпринимательский сектор;

- сектор высшего образования;

- сектор исследований и разработок;

- нормативно-правовое обеспечение инновационной деятельности, органы государственного управления.

- инновационная среда социально-экономической системы.

Котов Д.В. объединяет выделенные составляющие в 2 группы:

- структурно-рыночная классификация;

- структурно-организационная классификация [1].

Нестеров А.А. используя системный подход выделяет подсистемы инновационной среды:

- исследовательская и образовательная, обеспечивающие разработку и научное сопровождение инновационных процессов (интеллектуальный потенциал территории);
- хозяйствующие предприятия и организации, занятые в инновационном производстве (реализация инновационных проектов);
- информационная сеть, которая функционирует на базе действующих информационных ресурсов;
- специализированные инновационные структуры (система трансферта инновационных технологий);
- структура подготовки инновационной восприимчивости потребителем;
- система институционального и политического обеспечения;
- сфера инвестиционного обслуживания, финансовая, в том числе предприятия венчурной индустрии и специализированных фондов [3].

Анализ концепций по определению составляющих инновационной среды позволил сгруппировать и охарактеризовать компоненты инновационной среды кластера, базирясь на научном определении понятия «среда» (таблица 2.)

Таблица 2 - Компоненты инновационной среды кластера

Составляющие определения «Среда» (Большой Экономический словарь)	Компоненты инновационной среды (создающие условия для инноваций)	Характеристика компонентов инновационной среды	Комментарии автора: Совокупность факторов, условий и людей, связанных этими условиями
Окружающая обстановка	Инновационные ресурсы: - инновации - информация - знания - люди (креативные, ученые) Факторы инновационного развития: - экономические - политико-правовые - природно - географические - культурные	Высокий инновационный потенциал	Факторы инновационной среды кластера
Условия	Инновационная инфраструктура	Благоприятный инновационный климат	Инструменты поддержки инновационной деятельности
Совокупность	Субъекты инновационной	Высокие	Коммуникационная

людей, связанных этими условиями	системы: - научные учреждения - бизнес- организации - учебные заведения - органы гос.власти	инновационные - активность - восприимчивость - поведение	составляющая инновационной среды
--	---	---	--

Исследования научных подходов и специфики функционирования территориальных инновационных кластеров РФ позволило выделить и систематизировать характеристики составляющих инновационной среды кластера, базируясь на структурно-функциональном подходе, (таблица 3).

Функциональный подход позволил выделить функциональные области инновационной среды кластера, как области деятельности в которых функционируют определённые структуры, реализующие специальные функции инновационного процесса от разработки до реализации инновационного продукта. В качестве основы для выделения функциональных областей инновационной среды кластера в исследовании используется их объективная характеристика, где объектом инновационных взаимодействий выступают объекты интеллектуальной собственности, инновационного производства, инновационная продукция и услуги, объекты образовательной и научной среды.

Наличие определенных функциональных областей позволяет отразить специфику кластера как инновационной системы средового типа. Инновационная среда кластера – это внутренняя среда, представляющая собой систему действующих на определенной территории юридических, экономических и социальных институтов и их взаимосвязей, возникающих в процессе инновационной деятельности.

На основе структурного подхода определены структурные элементы инновационной среды кластера, обеспечивающие функционирование инновационно активных предприятий и индивидуумов. Выделяя структурные элементы инновационной среды кластера, автор определяет их функциональное предназначение и определенный субъективный состав, необходимые для формирования инновационной среды.

Для определения специфики условий функционирования территориальных инновационных кластеров на основе структурно- функционального подхода предложено выделить две группы составляющих инновационной среды:

- 1) по классификационному признаку функциональные области выделены: научная, образовательная и производственная среда кластера;
- 2) группа инфраструктурной составляющей включает инновационную, социальную инфраструктуру.

Таблица 3 - Составляющие инновационной среды кластера

Составляющие инновационной среды кластера / структурные	Функциональное предназначение	Ожидаемый результат реализации специальных функций субъектами кластера
I Функциональные области		
<p>Научная среда:</p> <ul style="list-style-type: none"> - научные учреждения; - центры коллективного пользования; - научный потенциал. 	<p>Проведение НИОКР и распределение ресурсов.</p> <p>Формирование человеческого капитала.</p> <p>Создание внутренних возможностей накопления и наращивания знаний.</p> <p>Защита интеллектуальной собственности.</p>	<p>Усиление интеллектуального капитала кластера.</p> <p>Рост количества патентов участников кластера.</p>
<p>Образовательная среда:</p> <ul style="list-style-type: none"> - образовательные учреждения; - центры компетенций. 	<p>Повышение квалификации</p> <p>Обучение специализированным знаниям</p>	<p>Рост количества компетентных специалистов, способных интегрировать и наращивать знания в рамках кластера, как основа конкурентоспособности</p>
<p>Производственная среда:</p> <ul style="list-style-type: none"> - инновационно-активные предприятия; - производственные 	<p>Производство инновационного продукта</p>	<p>Рост количества инновационных предприятий и объема выпуска инновационной продукции.</p>
II Инфраструктура		
<p>Инновационная инфраструктура:</p> <p>1. Производственно-технологическая:</p> <ul style="list-style-type: none"> - техно парковые; - территориальные; - инкубаторы. - инжиниринговые центры. - объекты инновационной инфраструктуры региона, значимые для кластера. <p>2. Финансовая:</p> <ul style="list-style-type: none"> - финансовые институты. <p>3. Экспертно-</p>	<p>Создание регулирующей среды и стимулов для развития инноваций.</p> <p>Содействие коммерциализации инноваций.</p> <p>Создание условий для диффузии инноваций.</p>	<p>Создание возможностей для реализации инновационного потенциала.</p> <p>Формирование мотивационных стимулов к реализации инновационной деятельности</p> <p>Обеспечение непрерывности инновационного процесса.</p>
<p>Социальная инфраструктура:</p> <ul style="list-style-type: none"> - объекты ЖКХ; - культурные объекты; - спортивные сооружения; - досуговые центры; - детские учреждения. 	<p>Обеспечение жилищных условий.</p> <p>Обеспечение досуга.</p> <p>Развитие творческого потенциала детей и молодежи.</p>	<p>Повышение качества жизни сотрудников кластера.</p> <p>Создание творческой атмосферы интеллектуальной деятельности.</p> <p>Формирование и</p>

Основная функция инновационной среды - стимулирование генерации новых знаний и производства инновационной продукции посредством усиления коммуникативного взаимодействия и интеграции участников территориальных инновационных кластеров. Динамика наращивания знаний и результатов инновационного производства определяется непрерывностью инновационного процесса и скоростью взаимодействия участников кластера.

Инновационные кластеры в Российской Федерации характеризуются различными пропорциями соотношения научно-технической, образовательной и производственной деятельности в кластерной структуре.

Научная среда – концентрация научных учреждений, представителей научного сообщества, обладающих специальными компетенциями, значимыми для инновационной деятельности предприятий кластера, рассматривается в исследовании как научный потенциал инновационного кластера. Является функциональной областью, включённой в большинство кластеров, реализована в модели построения территориальных кластеров с ориентацией на ведущие научные и образовательные центры.

Образовательная среда - комплекс учебных заведения высшего, профессионального образования, центров становления и поддержки новых компетенций, подготовки квалифицированных кадров, является значимой функционирующей на территории страны кластеров.

Особенности производственной среды инновационного кластера – проявляются через интеграцию предприятий производственного цикла (якорные и МСП) инновационной продукции.

Инфраструктура территориального кластера рассматривается в 2 плоскостях:

- инновационная инфраструктура, как среда обеспечивающая непрерывность инновационного процесса;
- социальная среда, как благоприятные условия для развития инновационного человеческого потенциала.

Инновационная инфраструктура – комплекс объектов производственной, транспортной, энергетической, инженерной инфраструктуры инновационного территориального кластера, рассматриваются в данной работе как условия коммерциализации инноваций при поддержке технопарков, бизнес инкубаторов, через венчурные компании.

Основная функция инновационной среды - стимулирование генерации новых знаний и производства инновационной продукции посредством усиления коммуникативного взаимодействия участников территориальных инновационных

кластеров. Взаимосвязь функциональных элементов инновационной среды кластера влияет на формирование ее структуры и обеспечивается связующими процессами кластерных коммуникаций. Динамика при реализации инновационных процессов определяется непрерывностью и скоростью взаимодействия этих функций.

Список литературы

1. Котов Д.В. Методология формирования инновационной среды региона автореф. дис. ... док.экон. наук. - Уфа., 2012. – 40 с.
2. Лаврищева Е.Е. Внутренняя инновационная среда предприятия: факторы и механизмы//Монография Уфа: Издательство «Инфинити». 2013.96 С
3. Нестеров А.А. Инновационная среда экономических систем: структура, оценка и управление. Инновации. Инвестиции, 2012. №9 (45). С.37-37.
4. Чистякова Н.О. Анализ основных теоретических подходов к исследованию инновационной среды региона//Вестник Сибири науки.2011. № 1

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ОРГАНИЗАЦИИ ЗАКУПОК ДЛЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ И МУНИЦИПАЛЬНЫХ НУЖД

Терентьева О.Н.

к.э.н., доцент кафедры корпоративной экономики

Поволжский институт управления имени П.А. Столыпина филиал ФБГОУ ВО
«Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте
Российской Федерации»

Система закупок для государственных и муниципальных нужд в настоящее время осуществляет сложнейшую функцию рационального расходования бюджетных средств и полноценного обеспечения предприятий и организаций государственной и муниципальной собственности необходимыми для их деятельности элементами. В этой системе формируется и реализуется процесс приобретения материалов, сырья, оборудования, коммунальных и бытовых услуг, энергии и т.п. Система закупок охватывает предприятия и организации здравоохранения, дошкольного, среднего, средне-специального, высшего и последующего образования, предприятий транспорта, строительства, промышленности и связи, охраны правопорядка, обороны, энергии, торговли и иные предприятия и организации, находящиеся в ведении федеральных,

региональных и местных органов власти. В системе государственных закупок в качестве другой взаимодействующей стороны зачастую выступают предприятия частной собственности, преследующие коммерческие интересы, а также в некоторых случаях созданные с участием иностранного капитала или находящиеся в собственности граждан других государств.

Динамика объемов закупок для государственных и муниципальных нужд по отраслям неодинакова и зависит от потребностей каждой из них в определенном временном интервале. Поскольку для поддержания деятельности предприятий и организаций необходимы элементы, потребность в которых может возникать как разово, так и на постоянной основе, а стоимость элементов не всегда отражает их роль для заказчика, стоимостные показатели закупок не в полной мере раскрывают тенденции, протекающие в системе закупок.

Центральным звеном и ключевым инструментом государственных и муниципальных закупок является в настоящее время электронная система торгов, осуществляемая с помощью электронных площадок в Интернет с частично открытым доступом для поставщиков и заказчиков продукции, работ и услуг.

На начало 2016 года электронная система торгов была представлена такими основными электронными площадками, как ЭТП ММВБ, АГЗ РТ, РТС-Тендер, АО «ЕЭТП», ЗАО «Сбербанк-АСТ». Каждая электронная площадка к 2016 году сформировала свою историю создания, развития и завоевания места в системе электронных торгов для государственных и муниципальных нужд.

Владельцем и оператором ЭТП ММВБ является акционерное общество «Электронные торговые системы» (АО «ЭТС») г. Москва, являющееся правопреемником ЗАО «ММВБ-ИТ» г. Москва [5].

Электронная площадка АГЗ РТ создана ГУП «Агентство по государственному заказу, инвестиционной деятельности и межрегиональным связям Республики Татарстан» г. Казань Постановлением Кабинета Министров Республики Татарстан №359 от 29.04.1997г. С декабря 2015г. агентство становится одним из шести организаторов продажи государственного и муниципального имущества в электронной форме [2].

В 2010 г. ООО «Индексное агентство РТС» создает электронную площадку РТС-Тендер. В системе госзакупок принимает участие с января 2010 г. В настоящее время курируется ООО «РТС-тендер» г. Москва, имеющему Сибирский, Дальневосточный, Северо-Западный, Уральский, Южный филиалы, представительства в Амурской, Белгородской, Воронежской, Забайкальской, Калининградской, Кемеровской областях,

Краснодарском и Красноярском краях и ещё в 17 субъектах РФ, в т.ч. Республике Крым [6].

Крупнейшая электронная площадка Сбербанк-АСТ, владельцем которой является ЗАО «Сбербанк-автоматизированная система торгов», зарегистрированное в июле 2002 г. Единственным акционером компании является ПАО «Сбербанк России» [9].

В 2009 г. на базе межрегиональных компаний группы «Связьинвест» и холдинга АФК «Система», начавших электронные торги еще в 2005 году, образована площадка АО «ЕЭТП» г. Москва. Учредителями стали Правительство Москвы 51,82% и Банк ВТБ 48,18% [3].

По данным статистики единой электронной торговой площадки в структуре электронных торгов по числу размещенных лотов и заключенных контрактов на протяжении последних пяти лет лидирует ЗАО «Сбербанк-АСТ» (рис. 1 и табл. 2).

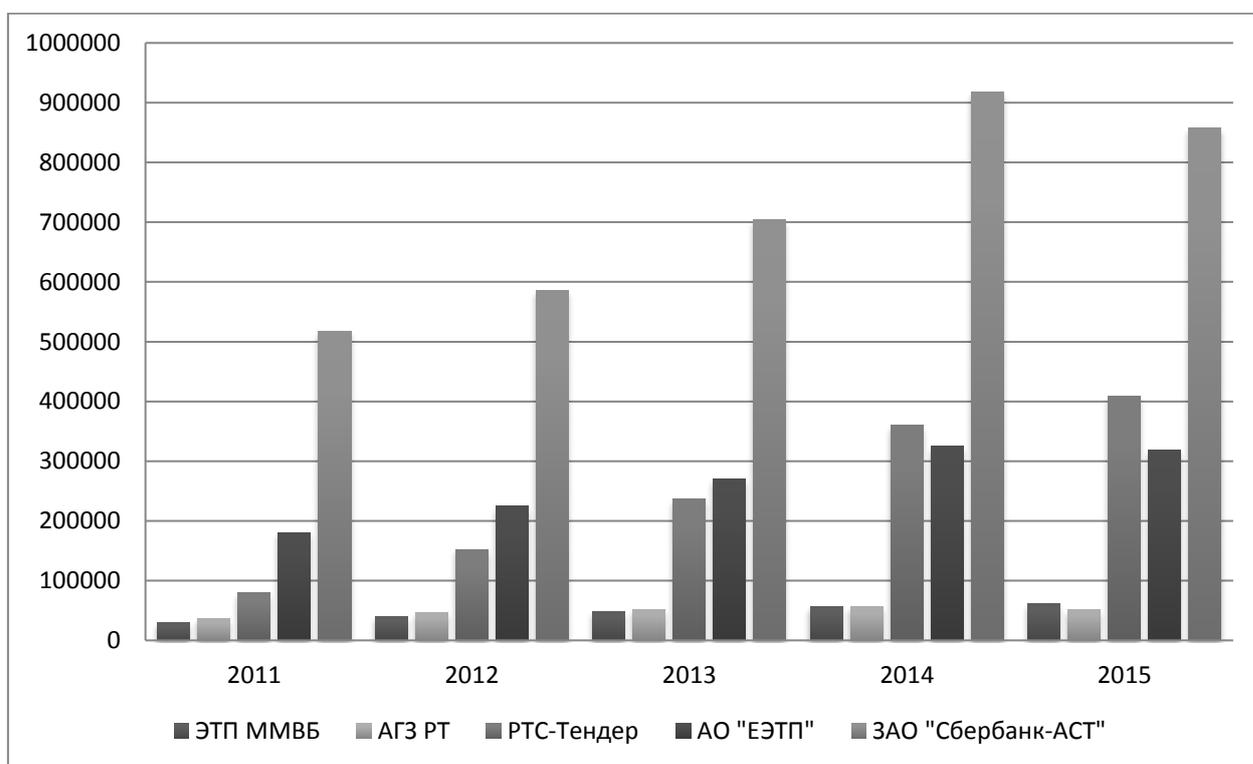


Рисунок 1. Динамика количества размещенных лотов на электронных площадках системы госзакупок РФ, ед. [4]

Структура количества заключенных контрактов на электронных площадках системы
госзакупок РФ, % [4]

Электронная площадка	Годы				
	2011	2012	2013	2014	2015
ЭТП ММВБ	3,6	4,0	3,4	3,0	3,6
АГЗ РТ	4,2	4,3	3,9	3,5	3,3
РТС_Тендер	12,1	17,7	22,5	24,8	28,8
АО «ЕЭТП»	19,4	19,8	18,6	18,2	17,0
ЗАО «Сбербанк-АСТ»	60,8	54,2	51,6	50,4	47,4

Организационно-экономический механизм осуществления закупок для государственных и муниципальных нужд состоит из следующих основных элементов:

1. непосредственные участники закупочного процесса (заказчики, исполнители);
2. проверяющие и контролирующие органы;
3. денежные потоки;
4. потоки товаров, работ и услуг;
5. электронная система торгов;
6. нормативно-правовое поле;
7. система плановых показателей и показателей оценки эффективности закупок;
8. ценообразование на предмет торгов;
9. конкурентная среда;
10. инструменты защиты участников торгов (штрафы, пени, компенсации, реестр недобросовестных поставщиков, электронная цифровая подпись, ограничение прав и доступа к информации по закупкам и пр.);
11. целевое и программное планирование объемов и структуры государственного заказа;
12. обучение и повышение квалификации в области закупок для государственных и муниципальных нужд.

В основе исследуемого закупочного процесса находится целевое и программное планирование, осуществляемое министерствами и ведомствами на федеральном, региональном и местном уровнях на основе совокупности потребностей конкретных государственных и муниципальных организаций и учреждений в товарах, работах и услугах для непрерывного ведения хозяйственной деятельности. В настоящее время в активной стадии находится более сорока государственных программ, в том числе по направлениям: новое качество жизни – 14 программ с общим бюджетом 3 441,0 млрд. руб., инновационное развитие и модернизация экономики – 18 программ на 1 943,1 млрд.

руб., эффективное государство – 4 программы на сумму 1 128,9 млрд. руб., сбалансированное региональное развитие – 6 программ с бюджетом 734,7 млрд. руб. и обеспечение национальной безопасности – 2 программы [1,7]. В рамках основной госпрограммы, как правило, предусмотрена реализация ряда специальных целевых подпрограмм.

Программно-целевая основа приобретения необходимых товаров, работ и услуг для государственных и муниципальных нужд позволяет сбалансировать процесс своевременного удовлетворения потребностей учреждений и организаций, однако имеет ряд негативных моментов, тормозящих этот процесс и снижающих его качество. Среди них: существенное удлинение сроков закупки в связи с необходимостью соблюдения предусмотренных законодательством этапов торгов, выбор более бюджетных товаров, работ и услуг в рамках выделяемого финансирования, необходимость постоянной перестройки на экономико-правовые отношения с победителем торгов (поскольку сформировать долгосрочные отношения с известным проверенным поставщиком в рамках системы госзакупок весьма затруднительно в силу непредсказуемости исхода).

Системной проблемой в процессе госзакупок можно также считать процесс ценообразования на лоты, а именно обоснование начальной максимальной цены контракта. На практике цена контракта формируется преимущественно на основе самостоятельно добытой заказчиком информации о рыночных ценах на аналогичный товар, работу или услугу, либо сведений о фактически сложившихся ценах на торгах по аналогичному ассортименту у других заказчиков. Такая информация в значительной степени субъективна и зачастую не отражает реально возможный минимальный уровень цены, который и является целью проведения конкурсов и аукционов в системе закупок для государственных и муниципальных нужд. Имеется также немало фактов картельных сговоров поставщиков для удерживания завышенной цены на товар, поставляемый в госструктуры [8].

Учитывая характер деятельности государственных и муниципальных предприятий, основная цель хозяйственной деятельности которых заключается все-таки не в извлечении максимальной прибыли, а решении социальной функции – обеспечении потребностей населения в медицинском обслуживании, образовании, социальном и пенсионном обеспечении, защите границ государства, охране правопорядка и т.д., следует различать и оценивать экономическую, социальную и профессиональную эффективность системы государственных и муниципальных закупок. Формирование системы плановых показателей и показателей оценки эффективности закупок для государственных и муниципальных нужд в настоящее время является одной из наиболее актуальных

направлений совершенствования процесса обеспечения организаций необходимыми товарами, работами и услугами, а также оптимизации бюджетных расходов.

Список литературы

1. Государственные программы Российской Федерации. Официальный портал Госпрограмм РФ. - Режим доступа: <http://programs.gov.ru/Portal/>
2. ГУП Агентство по государственному заказу, инвестиционной деятельности и межрегиональным связям Республики Татарстан – Режим доступа: <http://www.agzrt.ru/>
3. О Компании – АО «ЕЭТП» - Режим доступа: www.roseltorg.ru
4. Портал закупок – Режим доступа:
<http://www.zakupki.gov.ru/epz/main/public/home.html>
5. Регламент определения поставщиков (подрядчиков, исполнителей) при осуществлении закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд на Электронной торговой площадке ММВБ «Госзакупки» - Режим доступа: www.etp-micex.ru
6. РТС-Тендер – электронная торговая площадка для государственных и муниципальных закупок. Контакты – РТС-тендер – Режим доступа: www.rts-tender.ru
7. Федеральный закон "О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд" от 05.04.2013 N 44-ФЗ (действующая редакция, 2016) – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_144624/
8. ЦИРП: Исследование коррупции и рейтинг коррупционных дел – Режим доступа: <http://www.rf-region.ru/projects/1065.htm>
9. ЭТП Сбербанк-АСТ – Режим доступа: www.sberbank-ast.ru

СЕКЦИЯ №3.

ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.10)

ЭЛЕКТРОННЫЕ ДЕНЬГИ КАК РЕЗУЛЬТАТ ЭВОЛЮЦИИ ДЕНЕГ

Дюдикова Е.И.

Северо-Кавказский федеральный университет

Значение денег, которые на всем протяжении развития человеческого общества играли огромную роль, трудно переоценить: они являются посредником в осуществлении всех экономических и финансовых операций и связывают процессы в этих сферах между собой.

Сущность денег заключается в том, что они представляют собой экономическую категорию, которая одновременно:

- опосредует финансово-экономические отношения в обществе,
- является всеобщим эквивалентом стоимости (ценности),
- выполняет основные денежные функции.

Рассмотрим эволюцию денег как протекающий во времени процесс последовательной смены одних денежных форм другими, более развитыми.

Формой денег является определенный тип общепризнанного эквивалента обмена, выполняющий основные функции денег на соответствующем этапе экономического развития общества и способный обеспечить устойчивое обращение экономических благ.

Основные предпосылки возникновения денег связаны с переходом от натурального хозяйства к производству товаров и их обмену, расширением объема создаваемых экономических благ, развитием специализации, а также разделением труда.

Двигателем развития денег является стремление участников обмена упростить эту процедуру, минимизировать издержки, повысить удобство и надежность данного процесса путем совершенствования системы расчетов и платежей.

С возникновением денег появилась возможность разделить процесс взаимного обмена товарами (Т-Т) на два разных процесса, проводимых в разное время и в разных местах: процесс продажи своего товара (Т-Д) и процесс приобретения нужного товара (Д-Т). Способность денег разделить обмен на покупку и продажу, отделив одно от другого во времени и пространстве (Т-Д-Т), М. Фридман назвал фундаментальным свойством денег [7].

В эпоху отсутствия денег необходимым условием совершения обмена было строгое совпадение интересов участников при непосредственном обмене товаров. При увеличении ассортимента товаров и расширении существующих рамок обмена бартер становится неудобным. В результате из всего многообразия товарного мира выделились наиболее

значимые и востребованные товары, которые чаще всего использовались при обмене. Так появились товарные деньги.

Товарные деньги – это первый вид денег, которые возникли как инструмент, облегчающий процесс обмена в период преобладания натурального хозяйства и слабо развитых товарных отношений. В качестве денежного носителя использовался определенный товар, который выступал в роли локального эквивалента обмена: шкурки ценных пушных животных, перья птиц, раковины-каури, слоновая кость, копыя, жемчуг, янтарь, сахар, какао, перец, табак и др.

Первые товарные деньги использовались в пределах небольшой территории (например, деревни или острова), не имели всеобщего признания и не обладали делимостью, долговечностью и однородностью.

С течением времени на определенной ступени общественного развития роль всеобщего эквивалента закрепилась за золотом и серебром, что было обусловлено расширением товарного оборота и более точным соответствием требованиям, предъявляемым к денежному материалу, которые сделали их наиболее пригодными для выполнения функций денег: долговечность, износостойкость, портативность, удобство использования, неподдельность, стабильность, однородность, делимость (без потери стоимости), ценность.

Появление товарно-металлических денег способствовало упрощению процедуры обмена, расширению границ торговли и развитию экономики. Однако в связи с широким распространением мелких денежных расчетов их использование становится неудобным и в значительной степени трудным, поскольку при совершении меновой сделки довольно часто возникала проблема с взаимозаменяемостью и необходимостью деления металлического товара на части: неотъемлемым атрибутом сделки были весы, гири, молоток.

Следующая стадия эволюции денег ознаменовалась появлением монет – мелких металлочеканных слитков стандартного веса, использование которых в качестве средства обмена и учета позволили сделать процесс расчетов более дешевым, быстрым, удобным и простым.

В процессе чеканки монет денежному материалу присваиваются отличительные характеристики денег: материал, форма, вес, особые знаки. Монеты являются первыми эмиссионными деньгами, т. е. намеренно изготавливаемыми для использования в сфере денежного обращения. Они, в отличие от товарных денег, имеют особую форму и вид, без потери которых не могут быть использованы иначе, чем деньги.

Исторически монеты чеканились из серебра и золота. Однако использование двух металлов в качестве денег противоречило природе всеобщего эквивалента, и главенствующее положение заняли золотые деньги.

С широким распространением и использованием монет их изготовление становится доходным видом деятельности, для которого необходимо получение специального разрешения. «Сеньораж, или пошлина, предназначенная для покрытия издержек чеканки монет, оказалась весьма привлекательным источником дохода и вскоре увеличилась настолько, что ее размеры намного превысили действительные издержки изготовления монет» [8].

Огромное разнообразие монет и необходимость их перечеканки для совершения обменных операций затрудняет проведение торговли и препятствует дальнейшему экономическому развитию. «Строгое проведение перечеканок было не только убыточно для населения. Оно к тому же еще чрезвычайно тормозило торговлю, особенно ярмарочную» [3]. На данном этапе появляются менялы, которые предлагают вместо перечеканки монет производить их обмен.

Постепенный отказ участников обменных операций от услуг монетных дворов, производящих перечеканку монет, в пользу услуг менял способствовал снижению монетного дохода изготовителей денег. Это привело к тому, что последние стремились увеличить свой доход путем выпуска в обращение неполноценных монет, преднамеренно портя или постоянно снижая содержание драгоценного металла в монетах.

Необходимо отметить, что «монетное дело и в древности и в Средние века было чрезвычайно децентрализовано...» [3], поэтому недоверие участников обмена к неполноценной монете определённо было связано с отсутствием гарантии всеобщего признания ее в качестве денег, что мешало ее распространению и использованию в платежах.

Недоверие участников обмена к неполноценной монете преодолевается центральной властью в процессе монополизации чеканки монет и объявления их единственным законным средством платежа. «Монеты, подобно флагу, служили символами могущества, при помощи которых правитель утверждал свой суверенитет и сообщал своему народу о том, кто его повелитель. Его лик монеты доносили до самых отдаленных частей королевства» [8]. Вместе с тем широкое использование неполноценных монет и вытеснение из обращения полноценных денег обусловлено экономически: полноценная монета как средство сохранения стоимости уходит в сокровища, а неполноценные монеты, замещающие в равном количестве полноценные, способны в полной мере выполнять функции денег.

С расширением географии и объемов торгового оборота использование металлических денег становится неудобным, дорогостоящим и опасным, особенно при совершении расчетов крупными суммами. В крупном обороте товарно-металлические и металлочеканные деньги замещаются бумажными деньгами. «Бумажные деньги появляются в обращении как знаки золота ... осуществляют свои функции в сфере обращения через функции полноценных денег...» [4].

Точкой отсчета начала развития бумажных денег является момент появления бумажных расписок о приеме на хранение драгоценных металлов (слитков и монет), которые выступали средством расчетов и выполняли функцию меры стоимости. Предъявитель расписки мог получить указанную в ней сумму от менялы, выдавшей ее, или другого менялы, состоящего с ним в договорных отношениях. Впоследствии такие расписки, полностью обеспеченные драгоценными металлами и представлявшие безусловное денежное обязательство менялы, стали переходить из рук в руки в качестве денег и трансформировались в банкноту.

Наличие полного обеспечения бумажных денег (банкнот) и возможность их обмена по первому требованию на драгоценные металлы обеспечивало ее хождение на равных условиях с монетой. Использование в качестве денежного носителя бумаги вместо металла способствовало повышению эффективности обмена и снижению издержек применения денег при крупных расчетах.

В дальнейшем, так же как и с чеканкой монет, происходит монополизация государством эмиссии бумажных денег, что позволяет ввести в обращение неразменные банкноты.

Со временем металлические деньги начинают уступать бумажным по следующим критериям: дороговизна обращения, ограничения на добычу металла, невозможность обеспечения потребности оборота, громоздкость, сложность транспортировки и перемещения, тем самым тормозя дальнейшее экономическое развитие.

В начале XX века золото постепенно начало утрачивать функции всеобщего эквивалента, превратившись в обычный товар. После утраты золотом денежных функций основной формой денег стали монеты и банкноты, неразменные на золото. Они не являются знаками золота, по сути ничем не обеспечены и насильственно наделены ценностью и покупательной силой государственной властью. Центральный банк, эмитируя их от имени государства, берет на себя обязательство обеспечить устойчивость денежных знаков. В итоге появилась возможность создавать необходимое количество денег, что способствовало дальнейшему экономическому развитию.

Следующий этап денежного развития связан с продвижением банковского

посредничества и появлением безналичных денег. Безналичные деньги «создаются на основе банковских вкладов и на системе специальных расчетов, которые производятся между банками путем переноса сумм с одного счета на другой» [4]. С учетом того факта, что эволюция денег в самых различных формах представляет собой сложное взаимодействие между информационным содержанием денег и их материальным носителем, данный этап можно считать завершающим: денежный носитель дематериализован, деньги стали абсолютно информационными, полностью утратив свою товарную форму. Два внешне одинаковых компьютера или книги могут хранить разную информацию о количестве безналичных денег, предоставляя к ней доступ.

Безналичные деньги, имея дематериализованную форму, представляют собой просто число, т. е. численное выражение меновой стоимости (ценности экономических благ), отраженное кредитными организациями на банковских счетах. В зависимости от степени развитости системы расчетов и применяемой технологии фиксации и передачи финансовой информации безналичные деньги подразделяются на безналичные деньги в виде чернильных записей и безналичные деньги в электронном виде.

Исторически первыми возникли безналичные деньги в виде чернильных записей в результате внесения в банк наличных денег и отражения их количества на счетах в банковских книгах. При этом информация об остатках по счетам фиксировалась на бумаге. При проведении расчетов делалась соответствующая бухгалтерская проводка, а новые остатки по счетам отражались в соответствии с движением денежных средств.

Безналичные деньги в виде чернильных записей позволили осуществлять безналичные расчеты, снизив стоимость, сократив время и устранив территориальные ограничения проведения расчетов. Однако стремительное развитие социально-экономических отношений, научно-технический прогресс, массовое внедрение компьютерной техники способствовали возникновению потребности в еще большем увеличении скорости перемещения финансовой информации и снижении стоимости проведения платежей и расчетов. В итоге чернильно-бумажная фиксация информации становится дорогим и медленным способом обращения информации.

Внедрение достижений научно-технического прогресса в финансовую сферу способствовало переводу записей с бумажных носителей в память компьютеров (электронный вид), а также послужило импульсом к дальнейшему совершенствованию способов расчетов и платежей. В результате указанных изменений, появились безналичные деньги в электронном виде и радикально новые технологии проведения безналичных расчетов: бумажный способ отражения безналичных денег и исполнения распоряжений о переводе денежных средств дополнился (в некоторых случаях заменился)

автоматизированной обработкой информации: оформление документов стало осуществляться в электронном виде, а расчеты начали проводиться по банковским счетам с использованием специальных защищенных каналов связи. Остатки по банковским счетам теперь представлены битами информации, которые хранятся в памяти технического устройства.

Отметим, что банковская книга и техническое устройство не являются носителями меновой стоимости денег, а выступают в качестве инструментов доступа к ней (аналогично кошельку или сейфу для наличных денег), при этом между ними отсутствует тесная взаимосвязь, что подтверждается тем, что при переводе безналичных денег инструменты доступа остаются у передающей стороны.

Основное отличие безналичных денег от наличных состоит в способе их движения. Так, для движения наличных денег достаточно их передать из рук в руки: денежный носитель неразрывно связан со стоимостью и перемещается вместе с ней к получателю. В то время как для движения безналичных денег необходимо использование расчетно-платежных инструментов: денежный носитель дематериализован и при перемещении меновой стоимости денег возникает потребность в посреднике, инициирующем ее движение. Расчетно-платежные инструменты, посредством которых происходит движение безналичных денег, не являются деньгами. Как справедливо отмечает П. Самуэльсон, расчетно-платежные инструменты, например, чеки «лишь отражают расходы или перечисление денег; сами деньги количественно суть депозиты» [5]. В современном мире «инструменты для перевода денег становятся все более электронифицированными, но деньги по-прежнему остаются депозитными (представленными в форме записей по счетам)» [2].

Принимая во внимание тот факт, что достижения научно-технического прогресса способствуют развитию и появлению новых расчетно-платежных инструментов, под последними будем понимать средства, основанные на бумажной или электронной технологии, использование которых инициирует движение безналичных денег по соответствующим счетам кредитной организации. Таким образом, кредитная организация берет на себя обязательство по перечислению (выплате) суммы денежных средств в соответствии с распоряжением их владельца.

В эпоху информационных технологий, с появлением и развитием интернет-экономики и электронной коммерции, возникла потребность в новом средстве расчетов для обслуживания нового формата торговли, способном ускорить процесс расчетов и платежей и, соответственно, минимизировать временные и стоимостные препятствия на пути экономического роста. Таким средством стали электронные деньги, которые сегодня

представляют наиболее дискуссионное направление в финансовой науке.

На современном этапе научного познания сформировалась дилемма: электронные деньги представляют собой форму денег или предоплаченный финансовый продукт (расчетно-платежный инструмент)? Для решения данного вопроса необходимо сопоставить электронные деньги с наличными деньгами и безналичными денежными средствами.

Критики денежной трактовки электронных денег в большинстве своем опираются на следующие аргументы [6]:

- традиционные денежные средства представляют обязательства исключительно Банка России, который не может обанкротиться по определению, а электронные деньги – денежное обязательство организаций, при банкротстве которых сохранность средств клиентов находится в состоянии неопределенности;
- в отличие от традиционных денег, денежная стоимость которых установлена законом, денежная стоимость электронных денег представлена традиционными деньгами, предварительно размещенными на банковском счете оператора системы электронных денег;
- в отличие от пользователя традиционными деньгами пользователь электронных денег получает возможность распоряжаться ими только тогда, когда внесет необходимую сумму наличных или безналичных денежных средств в обмен на предоставление электронных;
- в расчете денежной массы электронные деньги не учитываются;
- электронные деньги ограниченно выполняют основные денежные функции (за исключением средства платежа), реализуют их только в рамках конкретной полузакрытой системы в качестве предоплаченного финансового продукта и могут не признаваться лицами, отличными от оператора системы электронных денег;
- законные средства платежа используются для погашения любых денежных обязательств между любыми субъектами, а электронные деньги можно использовать только в рамках конкретной системы и только в тех отношениях, субъектами которых являются пользователи системы;
- в отличие от традиционных денег, вид которых в любой стране утверждается Центральным банком и является единым на всей территории, электронные деньги имеют свои варианты в рамках каждой системы.

При сравнении электронных и наличных денег необходимо учитывать следующие их отличия:

- наличные деньги являются исключительно анонимными, в то время как электронные деньги могут быть как анонимными, так и персонифицированными;

- наличные деньги, являясь законным средством платежа, признаются безусловно и безоговорочно всеми, всегда и везде, а электронные деньги принимаются только определенными лицами. При этом признание электронных денег осуществляется не в силу закона, а в силу договора с оператором системы электронных денег. Последние обязательно должны быть оснащены специальными техническими устройствами;

- в отличие от наличных денег электронные деньги не имеют материально-вещественной формы существования;

- движение наличных денег возможно только при перемещении их физической формы участниками операции друг другу из рук в руки, в то время как движение электронных денег отражается записями по электронным счетам, при этом не имеет значения расстояние, на котором находятся участники операции;

- необходимым условием проведения платежей наличными деньгами является присутствие всех сторон операции в одном месте, а при осуществлении операций с электронными деньгами – бесперебойная работа системы электронных денег, в том числе абонентских устройств, каналов связи и соответствующего программного обеспечения.

Таким образом, отнесение электронных денег к наличным деньгам представляется недостаточно обоснованным.

Выделим отличия, не позволяющие ставить знак равенства между электронными и безналичными деньгами:

- электронные деньги по своему содержанию не должны иметь связь с банковским счетом и перемещаться по банковским каналам связи, что является необходимым условием функционирования безналичных денег;

- при расчетах электронными деньгами их движение в системе от отправителя к получателю всегда происходит моментально, в то время как расчеты с использованием безналичных денег требуют более длительного промежутка времени;

- в отличие от расчетов безналичными деньгами расчеты электронными деньгами осуществляются только при согласии получателя принять их;

- электронные деньги функционируют только на основе предоплаты и исключительно в рамках одной системы, т. е. их нельзя, как безналичные деньги, которые перемещаются между любыми кредитными организациями, в неизменном виде перевести из одной системы в другую.

Таким образом, экономические категории «электронные деньги» и «безналичные

деньги» не являются тождественными.

Интерпретация электронных денег, в которой под электронными деньгами понимают безналичные деньги, не позволяет полностью раскрыть сущность электронных денег и выявить присущие только им свойства и характеристики.

Отметим, что существуют кардинальные различия между двумя общепризнанными формами любого предмета или любой сущности: наличная (осязаемая) и безналичная (неосязаемая). В данном случае третьего не дано. Электронная форма как форма (не как технология) не имеет существенных отличий от безналичной формы, которые однозначно определили бы ее как новую форму по отношению к существующим. При рассмотрении электронных денег появилась новая технология фиксации и передачи информации, новая форма безналичных расчетов, но никак не новая форма денег.

В целом критика денежной трактовки сводится к указанию на prepaid сущность электронных денег, предоставление которых осуществляется в пределах аванса наличными или безналичными деньгами, предоставленного держателем электронных денег в распоряжение оператору системы.

Пользователь получает доступ к электронным деньгам только после предоставления необходимой суммы традиционных денег оператору системы. В отличие от традиционных денег, стоимость которых установлена законом, стоимость электронных денег представлена безналичными деньгами на банковском счете оператора системы электронных денег. Обмен электронных денег на традиционные является единственным условием получения их денежной стоимости за пределами системы. Таким образом, можно однозначно утверждать, что электронные деньги представляют денежное обязательство оператора системы электронных денег и дают их держателю право предъявлять оператору системы требование о возврате предварительно предоставленных ему традиционных денег.

Определение круга лиц, принимающих электронные деньги в качестве средства обмена, – одна из важнейших характеристик электронных денег. В основе природы электронных денег лежит свойство отсутствия у них функции платежа при сохранении функции расчета [1].

Электронные деньги являются высокотехнологичным сегментом денежного обращения, представляющим собой объективный этап эволюции расчетно-платежной системы. Официальное признание электронных денег законной формой платежа, несомненно, нивелирует их prepaid сущность: после получения официального статуса электронные деньги будут представлять собой безналичные деньги, хранение и передача которых станут возможны с использованием как существующих, так и новых

технологий хранения, обработки и передачи информации.

Таким образом, в ходе исследования доказана несостоятельность денежной трактовки электронных денег (электронные деньги – это аналог наличных или безналичных денег либо новая форма денег). Представляется, что на современном этапе развития информационных технологий единственно содержательной с научной точки зрения является трактовка электронных денег в качестве prepaid финансового продукта – расчетно-платежного инструмента.

Список литературы

1. Дюдикова Е.И. Электронные деньги на современном этапе своего развития (начало XXI века) // Актуальные вопросы экономических наук. 2015. № 45. С. 100–106.
2. Кочергин Д.А. Электронные деньги: теория и анализ моделей эмиссии. Санкт-Петербург: Изд-во С.- Петерб. ун-та, 2006. 161 с.
3. Михалевский Ф.И. Очерки истории денег и денежного обращения. Т1. Москва: Госфиниздат. 1948. 264 с.
4. Пашкус Ю.В. Деньги: прошлое и современность. Ленинград: Ленинградский государственный университет им. А.С. Пушкина, 1990. 184 с.
5. Самуэльсон П.А. Экономика. Том 1: Пер. с англ. Москва: Алгон: Машиностроение. 1997. 414 с.
6. Танющева Н.Ю., Дюдикова Е.И. Дискуссионные вопросы финансовой сущности электронных денег // Экономические науки. 2015. № 8. С. 134–137.
7. Фридман М. Если бы деньги заговорилиПер. с англ. Москва: Дело. 1999. 160 с.
8. Хайек Ф.А. Частные деньги. Москва: Институт национальной экономики. 1996. 240 с.

О НЕОБХОДИМОСТИ ВВЕДЕНИЯ РЕСУРСНЫХ ОГРАНИЧЕНИЙ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСОВЫМИ РЕСУРСАМИ ОБЩЕСТВ С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ

Кабардокова Л. А.

Ставропольский университет, г. Ставрополь

Одна из причин незначительной величины собственных финансовых ресурсов обществ с ограниченной ответственностью (ООО), обуславливающая невыполнение «золотого правила» финансового менеджмента, и как следствие вызывающая финансовый

риск, – отсутствие возможности полноценно использовать стабильный источник финансирования – уставный капитал из-за закрытости информации о владельцах организации, аффилированных лицах, определяющий в свою очередь *min* размер имущества ООО, гарантирующий интересы его кредиторов. Считается, что соблюдение таких критериев, как: открытость и публичность реальных собственников ООО, выгодность транспарентности для собственников ООО, адекватные процедуры корпоративного управления способствуют росту собственных финансовых ресурсов ООО через рынок.

Обеспечение прозрачности структуры собственности – одно из направлений финансового корпоративного управления. Следует подчеркнуть, что в российской практике определяет необходимость оценки права собственности и иные вещные права на имущество или отдельные вещи из состава имущества статья 5 ФЗ РФ от 29.07.1998 г. «Об оценочной деятельности в Российской Федерации» [1]. Оценке миноритарных долей собственности особое значение придается доходным подходом.

Известно, что изменение структуры финансовых ресурсов ООО влияет на изменение структуры его собственности; рост собственных финансовых ресурсов ООО способствует его финансовой устойчивости. В условиях неразвитости нормативно-правовой базы, учитывающей разнообразие сформированных структур собственности в ООО, каждому ООО необходимо в своей системе финансового менеджмента развивать инструменты мониторинга. Необходимо отметить, что национальное законодательство ориентировано на реализацию принципа ресурсных ограничений, например, в части: установления *min* размера уставного капитала, *max* количества участников ООО (50 чел.), взыскания неустойки (штрафа, пени) за неисполнение обязанности по оплате долей в уставном капитале ООО, отраженного в договоре об учреждении ООО, соотношения между стоимостью дополнительного вклада участника ООО и величиной, на которую увеличивается номинальная стоимость его доли¹, преимущественного права покупки доли или части доли в уставном капитале участниками ООО (непропорционально величине долей участников общества) или ООО по заранее определенной уставом цене, в т. ч. числе изменения размера такой цены или порядка ее определения, сроков использования преимущественного права покупки доли или части доли в уставном капитале ООО его участниками и самим ООО, ограничений по внесению деньгами вкладов в имущество ООО, ограничений распределения и выплаты прибыли ООО его участникам (ст. 29 ФЗ РФ от 08.02.1998 г. № 14-ФЗ «Об обществах с ограниченной ответственностью» [2].

¹ Номинальная стоимость доли участника ООО может увеличиваться на сумму, равную или меньшую стоимости дополнительного вклада

В теории собственности право собственности на финансовые ресурсы определяется их принадлежностью собственникам; в теории оптимальной структуры капитала – их принадлежностью определенной части кредиторам.

Наряду с отрицательным значением финансового гиринга рискованность собственных финансовых ресурсов ООО обуславливается факторами, ухудшающими структуру капитала, что в итоге приводит к недокапитализации, к которым целесообразно отнести: отсутствие в сравнении с кредитными организациями жесткого порядка регламентирования их формирования, предусматривающего:

а) установление предельного размера неденежной их части (поскольку собственные финансовые ресурсы могут выступать в форме: денежных средств кассовой наличностью, вложений в ценные бумаги любых эмитентов, недвижимостью и иными товарно-материальными ценностями); Национальное законодательство определяет, что оплата долей в уставном капитале ООО может осуществляться деньгами, ценными бумагами, иными вещами или имущественными правами либо иными имеющими денежную оценку; денежная оценка имущества, вносимого для оплаты долей в уставном капитале ООО, утверждается решением общего собрания участников ООО, принимаемым единогласно всеми его участниками. Разрешается, что уставом ООО могут устанавливаться виды имущества, которое не может вноситься для оплаты долей в уставном капитале ООО [2], что допускает установление предельного размера неденежной их части, размер которой может регулироваться в зависимости от фаз экономического цикла (в фазах спада, кризиса – наименьшее значение в сравнении с фазами оживления, роста, бума);

б) оценку удовлетворенности финансовым положением учредителей, неустойчивость которых негативно влияет на деятельность ООО, что обуславливает введение ресурсных ограничений относительно предъявления требований к финансовому положению учредителей, то есть учета рисков собственников.

Необходимо отметить, что в российском законодательстве заложены предпосылки качественного проведения мониторинга на основе ведения списка участников ООО, включающего размер доли участника в уставном капитале и ее оплате, а также величину долей, принадлежащих ООО, даты их перехода к ООО или приобретения им [2].

Мониторинг долей участников ООО при формировании его уставного капитала – важная задача Совета директоров; включает следующие направления (таблица 1).

Таблица 1 – Характеристика ключевых направлений мониторинга долей участников ООО при формировании его уставного капитала

Направления мониторинга	Характеристика
1	2
Соответствие требованиям национального законодательства	вложения в доли участников ² , а также перешедшие к ООО доли участников на основаниях и в порядке, установленном ст. 23, 26 ФЗ РФ от 08.02.1998 г. № 14-ФЗ «Об обществах с ограниченной ответственностью» [1]
	перешедшие к ООО доли участников, подавших заявление о выходе из состава его участников согласно ст. 26 ФЗ РФ от 08.02.1998 г. № 14-ФЗ «Об обществах с ограниченной ответственностью» [1]
	в части формирования уставного капитала ООО, оплаты его долей, его увеличения (уменьшения), перехода доли, ее части к иным участникам и 3-м лицам (ст. 14 – 21 ФЗ РФ от 08.02.1998 г. № 14-ФЗ «Об обществах с ограниченной ответственностью») [1]
Сделки по владению участниками долей в уставном капитале ООО	владение участниками более 1 % долей в уставном капитале ООО (с учетом ранее приобретенных) при увеличении его уставного капитала
	владение участниками более чем 20 % долей в уставном капитале ООО
	вложения в доли, отчужденные с одновременным принятием обязательства по их обратному приобретению и (или) отчужденные с одновременным предоставлением контрагенту права отсрочки платежа
	вложения в доли дочерних и зависимых финансовых организаций ООО, приобретенные для инвестирования
	приобретение долей ООО в доверительное управление по договору доверительного управления имуществом
	величина реальных финансовых ресурсов ООО, рассчитанная с учетом корректировок, обозначенных ниже
	вложения долей участников – государственных, муниципальных структур в уставный капитал ООО
	вложения долей участников – публичных акционерных обществ в уставный капитал ООО
	вложения долей участников – иностранных организаций в уставный капитал ООО
	случаи, возможности приобретения долей ООО привлеченными средствами
	изменения значений рейтинга долгосрочной кредитоспособности иностранного участника ООО
	выявление посредников во владении долями участников ООО
контроль пирамидных структур и перекрестного владения в ООО	
	существенные вложения участников в доли ООО в размере не менее 10 % его уставного капитала
	существенные вложения ООО в доли иностранных организаций в размере не менее 10 % его уставного капитала
	существенные вложения ООО в доли финансовых организаций в размере не менее 10 % его уставного капитала

² Юридические и физические лица

Существенные вложения ООО	существенные вложения ООО в доли государственных и муниципальных структур в размере не менее 10 % его уставного капитала
	взаимное участие в уставных капиталах друг друга юридических лиц, приобретающих не менее чем 10 % долей ООО

Продолжение таблицы 1

1	2
	уменьшение существенного участия участников в уставном капитале ООО в динамике
Сделки, обусловившие ненадлежащее использование активов	ненадлежащее использование активов ООО – участники, инвесторы должны быть уверены в том, что представленный ими капитал будет защищен от ненадлежащего использования или присвоения корпоративными руководителями, Советом директоров или контролирующими участниками, что в итоге отвечает принципам корпоративного управления
	уставный капитал (его часть), для формирования которых инвесторами (участниками и иными лицами, участвующими в формировании источников собственного капитала) использованы ненадлежащие активы (денежные средства и / или иное имущество, прямым или косвенным (через 3-х лиц) источником которого явилось имущество, предоставленное самим ООО, и / или имущество, предоставленное иными лицами
	косвенный (через 3-х лиц) контроль относительно участников ООО
	наличие перекрестного владения (взаимное участие в уставном капитале) и перекрестных гарантий
	косвенная оплата через 3-х лиц стоимости долей участников ООО денежными средствами, в т. ч. ссудой и или иным имуществом, предоставленным 3-ми лицами
Сделки с аффилированными лицами ООО	приобретение долей аффилированным лицом ООО
	существенные вложения ООО в доли аффилированных организаций в размере не менее 10 % его уставного капитала
	правомерность оплаты долей аффилированным лицом ООО
Сделки со связанными сторонами ООО	существенные сделки со связанными сторонами ³ и злоупотребление сделок с ними
Сделки продажи-покупки долей	динамика стоимости доли ООО, приобретаемой юридическим лицом при увеличении уставного капитала
	стоимость доли ООО, исходя из цены ее реализации
	приобретение долей ООО на вторичном рынке
	превышение действительной стоимости доли, причитающейся вышедшему участнику ООО над стоимостью, по которой доля была реализована иному участнику общества, в случае, если доля перешла ООО, а затем приобретена кем-либо из участников ООО либо 3-м лицом
	доход от увеличения рыночной стоимости недвижимого имущества участника – физического лица
	сальдо текущей рыночной стоимости недвижимого имущества на дату его приобретения и оценки

³ Лица, контролирующие компанию или находящиеся с ней под общим контролем, крупные участники, включая членов их семей, и ключевых руководящих лиц.

При характеристике уставного капитала в разрезе владения участниками долей ООО важное значение имеет показатель концентрации долей участников в разбивке по участникам, требующий особого мониторинга со стороны финансового менеджмента ООО, особенно при увеличении концентрации:

$$K_{\text{уч.}} = \frac{\text{Доли каждого участника}}{\text{Уставный капитал}} \quad (1)$$

Значительные доли каждого участника определяются путем сложения всех видов долей одного участника или группы связанных участников или аффилированных участников ООО. «Значительный участник» определяется как один участник или группа связанных или аффилированных участников, на которых приходится в сумме более 1 %⁴ уставного капитала ООО [3, 4]. При этом важно учитывать, что список значительных участников постоянно меняется, особенно в нестабильные периоды. Вместе с тем каждое ООО должно составлять внутреннюю отчетность для мониторинга и контроля долей участников. В ООО необходимо обеспечить равное отношение ко всем участникам – держателям долей одного размера.

При оценке структуры собственных финансовых ресурсов ООО важно удостовериться в действительности получения прибыли и взносов учредителей и 3-х лиц согласно виду деятельности организации без обременения обязательствами. Особое значение уделяется оценке деятельности учредителей ООО на предмет выяснения экономической сути средств, внесенных ими в уставный капитал, что позволяет обосновать текущую и будущую устойчивость капитала. Для защищенности от манипуляций при определении источников оплаты уставного капитала важное значение приобретает формирование реальных финансовых ресурсов, ориентированное на исключение из расчета собственных финансовых ресурсов части, образованной ненадлежащими активами (таблица 2).

Качество формирования финансовых ресурсов ООО предопределяют его отношения со связанными с ООО лицами, с участниками и аффилированными лицами, инсайдерами, лицами, сделки с которыми проводятся с учетом льгот либо характеризуются постоянными убытками для ООО, а также лицами, сделки с которыми предусматривают обмен (продажу) активов ООО с оплатой векселями или продажу (покупку) одних и тех же активов с их последующей покупкой (продажей), льготные сделки. В этой связи для предотвращения преднамеренного ухудшения качества активов

⁴ Определяется финансовыми менеджерами ООО на основе анализа доли каждого участника в уставном капитале ООО.

ООО порядок принятия управленческих решений при совершении операций с вышеперечисленными лицами должен включать следующие процедуры:

Таблица 2 – Состав ненадлежащих активов юридических и физических лиц, исключаемых из расчета реальных финансовых ресурсов ООО

По юридическим лицам	По физическим лицам
часть чистых активов, идентичная вложениям в доли, дебиторская задолженность, а также долгосрочные и краткосрочные финансовые вложения ООО, которые на дату оплаты его уставного капитала или на дату, предшествующую дате направления документов в регистрирующий орган, находятся в процессе ликвидации, под внешним управлением либо признаны несостоятельными (банкротами) в установленном национальным законодательстве порядке	денежные средства на банковских счетах или во вкладах (депозитах), полученный доход (имущество) физических лиц, если право распоряжения им ограничено по федеральным законом или договором, заключенным приобретателем
часть чистых активов, равная величине уставного капитала в оплаченной части, но соответствующие изменения, связанные с увеличением уставного капитала, не зарегистрированы в установленном порядке	ценные бумаги, не погашенные их эмитентами в определенный срок из-за возникновения финансовых трудностей, ценные бумаги, эмитенты которых находятся в стадии ликвидации, под внешним управлением либо признаны несостоятельными (банкротами) по национальному законодательству
просроченная более 12 месяцев, сомнительная дебиторская задолженность, составляющая свыше 10 % активов ООО	налоги, уплачиваемые физическим лицом – резидентом (нерезидентом) РФ по национальному / международному (в случае наличия соответствующих обязательств) законодательствам в соответствующий период
просроченная дебиторская задолженность ООО в хозяйственные общества, ведущие судебные дела, которые могут привести к потере платежеспособности и финансовой устойчивости	суммы, подлежащие взысканию по исполнительным документам
корреспондирующие вычеты:	
элементы собственных финансовых ресурсов, соответствующие по своим характеристикам компонентам капитала аффилированной компании, в которые вложилось ООО	
вложения в собственные финансовые ресурсы, составляющие часть взаимного соглашения о перекрестном владении долями, или выступающие инвестициями в аффилированные организации	
вложения в доли, находящиеся в перекрестном владении с иными участниками ООО	
вложения в доли, находящиеся в перекрестном владении с аффилированными лицами ООО	
величина взаимного участия учредителей в уставных капиталах друг друга	

- установление внутренних лимитов на их проведение;
- рассмотрение Советом директоров (наблюдательным советом) отдельных операций или ряда взаимосвязанных операций на суммы, превышающие размеры внутренних лимитов на их проведение;
- привлечение независимого оценщика для определения рыночной стоимости активов при одобрении Советом директоров (наблюдательным советом) ООО решений о проведении операций, превышающих соответствующие лимиты.

В результате возможно выявление схем формирования фиктивного капитала, что в итоге будет содействовать повышению открытости прав собственности на уставные капиталы ООО, способствуя при этом капитализации реальными, а не «фиктивными» инвестициями.

Сделки со связанными сторонами должны быть одобрены и осуществлены способом, обеспечивающим надлежащее разрешение конфликтов интересов, а также защищающим интересы ООО и его участников. При этом важно урегулировать конфликты интересов, возникающие в связи со сделками со связанными сторонами, особенно когда значительная доля доходов и / или издержек истекает из сделок со связанными сторонами. Регулирование соответствующих конфликтов может осуществляться посредством надлежащего мониторинга и раскрытия информации. В аспекте 5-го принципа корпоративного управления G 20 / ОЭСР «Раскрытие информации и прозрачность» требования к раскрытию информации касаются природы взаимоотношений, при которых реализуется контроль, а также характера и количества сделок со связанными сторонами, объединенных по группам. При этом не допускается уклонение от раскрытия информации посредством разделения сделок с одними и теми же связанными сторонами [5]. С учетом реализации принципа корпорированности в системе управления финансовыми ресурсами ООО отчеты об указанных операциях рекомендуется не реже 2-х раз в год доводить до сведения Совета директоров (наблюдательного совета). Важно, чтобы условия совершения этих операций проверялись службой внутреннего контроля и внешними аудиторами.

Таким образом, обоснована необходимость введения ресурсных ограничений в системе управления финансовыми ресурсами ООО.

Список литературы

1. Об оценочной деятельности в Российской Федерации: федер. закон от 29 июля 1998 г. № 135-ФЗ // Справочно-правовая система «Консультант-плюс». – Режим

доступа: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=200061>.

2. Об обществах с ограниченной ответственностью: федер. закон от 08 февр. 1998 г. № 14-ФЗ // Справочно-правовая система «Консультант-плюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=194946>.

3. Мануйленко В. В. Оценка экономического капитала банка в условиях развития интенсивной модели российского банковского сектора, 2013. – 176 с.

4. Мануйленко В. В. Практика оценки достаточности собственного капитала в российских кредитных организациях: проблемы и перспективы / В. В. Мануйленко // Финансы и кредит. 2010. № 11 (395). С. 33 – 42.

5. OECD principles of corporate governance. Paris. OECD Publication Services. 2004. – Режим доступа : www.oecd.org.

ЭФФЕКТИВНОСТЬ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММНО-ЦЕЛЕВОГО МЕТОДА ПЛАНИРОВАНИЯ БЮДЖЕТНЫХ РАСХОДОВ ВОЛГОГРАДА

Клюсов М.Н.

АЧОУ ВО «Московский финансово-юридический университет МФЮА»,
Волгоградский филиал, г. Волгоград

Повышение эффективности бюджетных расходов предусматривает широкое внедрение программно-целевого метода планирования бюджетных расходов на всех уровнях бюджетной системы РФ.

Волгоград одним из первых среди муниципальных образований стал активно внедрять на практике программно-целевой метод управления бюджетными расходами.

С этой целью в Волгограде сформирована и актуализируется нормативно-правовая база, позволяющая обеспечить скоординированную работу структурных подразделений администрации Волгограда по формированию расходов бюджета Волгограда на основе программно-целевого принципа, а также оценить эффективность расходования средств бюджета Волгограда.

На текущий момент следует отметить такие муниципальные нормативно-правовые акты как:

- Положение о муниципальных программах, утвержденное постановлением администрации Волгограда от 20.08.2013 № 1418;

- Положение о ведомственных целевых программах, утвержденное постановлением администрации Волгограда от 20.03.2012 № 688;

- Порядок оценки эффективности реализации долгосрочных муниципальных и ведомственных целевых программ, утвержденный постановлением администрации Волгограда от 07.09.2011 № 2615.

Эффективность целевых программ осуществляется в целях достижения оптимального соотношения связанных с их реализацией затрат и достигаемых в ходе реализации результатов, а также обеспечения основных принципов бюджетной системы Российской Федерации: эффективности использования бюджетных средств, прозрачности, достоверности бюджета, адресности и целевого характера бюджетных средств.

В 2014 году доля бюджетных расходов, приходящихся на ведомственные целевые и муниципальные программы (далее – ВЦП, МП соответственно), составила 11,1 млрд. руб. или 68,6% от общего объема расходов, предусмотренных в бюджете Волгограда, и нашло отражение в реализации 8 МП и 27 ВЦП, что ниже аналогичных значений предыдущих лет (см. таблицу).

Таблица

Финансирование программных мероприятий в 2014 году (млн. руб.)

Наименование программы	Утверждено по программе на 2014 год	Средства бюджета Волгограда	Средства вышестоящих бюджетов	Внебюджетные средства
Муниципальные программы	1 566,8	127,3	1 052,7	386,8
Ведомственные целевые программы	9 563,6	6 880,8	2 682,8	0
Всего по программам	11 130,4	7 008,1	3 735,5	386,8

Следует отметить, что доля бюджетных расходов в рамках реализации программно-целевого принципа управления при формировании бюджета Волгограда в 2012 году составляла 75%, что нашло отражение в 5 долгосрочных и 46 ведомственных программах.

В 2013 году эта же доля составила 64,2% от всех бюджетных расходов Волгограда (8 долгосрочных и 38 ведомственных программ).

По сравнению с 2010 годом данный показатель уже в 2012 году вырос более чем в 37 раз (в 2010 году он составлял только 2,0%).

Общий объем финансирования программных мероприятий в 2014 году составляет 11,1 млрд. руб., что на 12,6% и 13,3% ниже соответствующих значений 2013 и 2012 годов соответственно.

Сравнительная динамика количества целевых программ, представлена на рис.1.

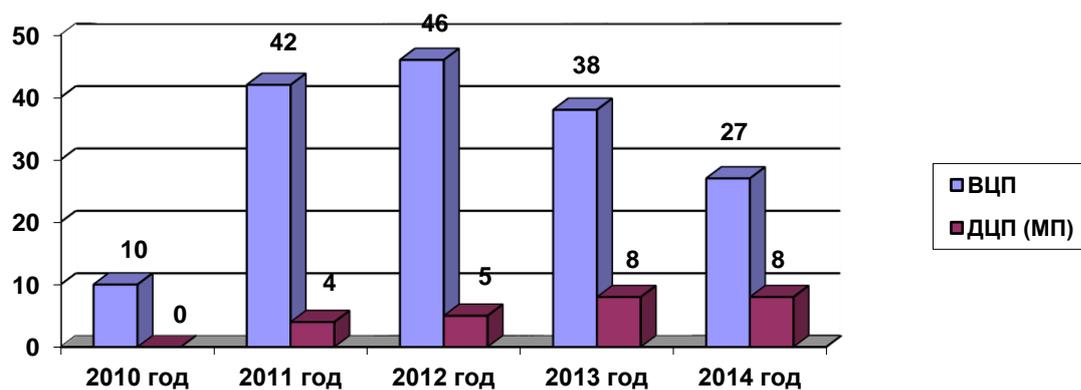


Рис. 1. Количество целевых программ в 2010 – 2014 годах на территории Волгограда (в ед.) [2]

В 2011 году на территории Волгограда действовали уже 4 долгосрочные и 42 ведомственные целевые программы, охватывающие основные направления социально-экономического развития Волгограда.

В сравнении с 2010 годом количество действующих ведомственных целевых программ увеличилось в 4 раза. По итогам 2010 года таких программ было всего 10.

Вместе с тем, в 2013 году произошло уменьшение количества действующих ведомственных целевых программ на 17,4% по отношению к 2012 году и увеличение на 60% количества долгосрочных целевых программ соответственно.

Сравнительный анализ объемов финансирования ведомственных целевых программ Волгограда в 2011, 2012 и 2013 годах представлен на рис.2.

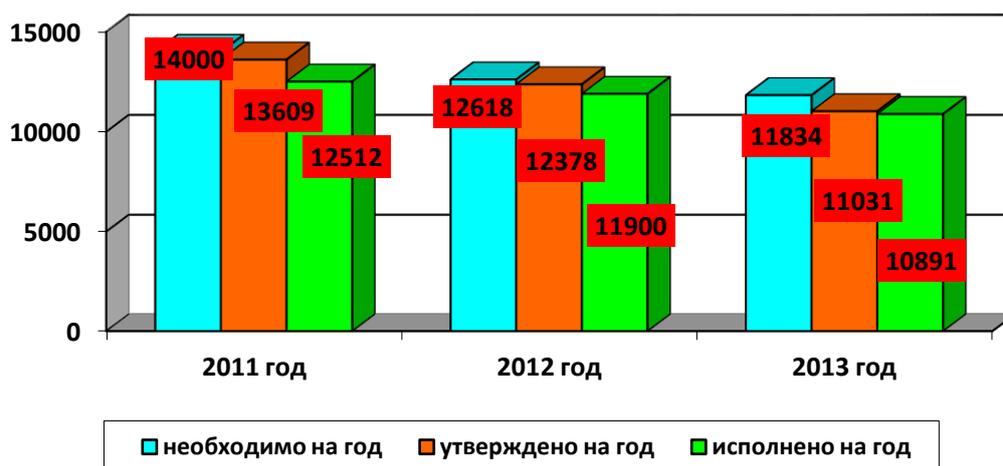


Рис.2. Объемы финансирования ведомственных целевых программ в 2011 – 2013 годах (в млн. руб.)

Из данных на рис.2 следует, что в 2011 году объем расходов, предусмотренных в бюджете Волгограда в рамках реализации ведомственных целевых программ, на 1231 млн. руб. превосходит значения 2012 года и на 2 578 млн. руб. – 2013 года, а объем

исполненных бюджетных средств на 612 млн. руб. превосходит значения 2012 года и на 1 621 млн. руб. – 2013 года соответственно.

Объем утвержденных расходов ВЦП в 2014 году на 1 468 млн. руб. или 13,3% ниже значений предыдущего 2013 года, что свидетельствует о низких темпах реализации бюджетных расходов в рамках программно-целевого финансирования на территории Волгограда.

Сравнительный анализ объемов финансирования долгосрочных целевых программ Волгограда в 2011, 2012 и 2013 годах представлен на рис.3.

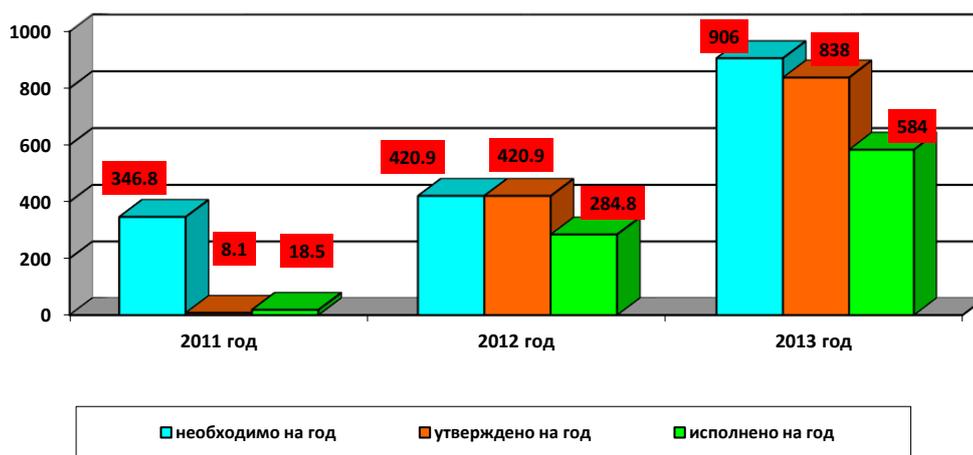


Рис.3. Сравнительный анализ объемов финансирования долгосрочных целевых программ Волгограда в 2011 – 2013 годах (в млн. руб.)

Динамика финансирования долгосрочных целевых программ Волгограда иллюстрирует значительное несоответствие плановых и фактических показателей при формировании расходов в 2011, 2012 и 2013 годах (отклонение необходимой суммы затрат от исполненной в бюджете составило 328,3 млн. руб. или 94,7% в 2011 году, 136,1 млн. руб. или 32,3% в 2012 году и 322 млн. руб. или 35,5% в 2013 году).

Одной из основных причин данных несоответствий является низкое исполнений финансовых обязательств из вышестоящих бюджетов и несвоевременное использование целевых средств, предусмотренных в бюджете Волгограда на основе софинансирования программных мероприятий.

В 2014 году в рамках реализации муниципальных программ (с 01.01.2014 долгосрочные программы заменены на муниципальные программы) утверждено 1 566,9 млн. руб., что выше на 86,9% аналогичных значений 2013 года. Данное увеличение обосновано значительным ростом привлеченных средств из вышестоящих бюджетов по МП «Развитие дошкольного образования в Волгограде на сумму 1 052,7 млн. руб. По остальным 7 МП средства вышестоящих бюджетов не предусмотрены, что очередной раз

подтверждает низкую координацию действий администрации Волгограда и администрации Волгоградской области по привлечению бюджетных средств на осуществление программных мероприятий на территории Волгограда.

В рамках участия Волгограда в государственных программах Волгоградской области (далее – ГП), федеральных целевых программах (далее – ФЦП РФ) и государственных программах Российской Федерации (ГП РФ) необходимо отметить следующее.

- Фактическое участие Волгограда в государственных программах Волгоградской области в 2014 году составило 12,9% от общего количества (или 4 ГП), потенциально возможное участие Волгограда в ГП Волгоградской области - 54,8% (или 17 ГП) [3].

- Фактическое участие Волгограда в федеральных целевых программах РФ в 2014 году составило 1,8% от общего количества (или 1 ФЦП РФ). Потенциально возможное участие Волгограда в ФЦП РФ - 11,1% (или 6 ФЦП РФ), а в государственных программах РФ – 2,4% (или 1 ГП РФ).

- Условия для вхождения в федеральные и областные целевые программы не являются универсальными и прописываются в каждой конкретной программе. В основном механизм реализации федеральных целевых программ не предполагает прямого участия муниципалитетов. Включение в федеральные программы осуществляется через включение мероприятий и объектов в соответствующие программы регионов.

Оценка эффективности деятельности исполнителей-координаторов программ и оценка степени эффективности реализуемых ими программ на территории Волгограда показала несовершенство программно-целевого принципа формирования и исполнения бюджета.

Для эффективности реализации программно-целевого метода планирования бюджетных расходов на территории Волгограда органам местного самоуправления необходимо:

1. Ежегодно проводить мониторинг утвержденных и планируемых к реализации муниципальных, федеральных и областных целевых программ на предмет соответствия их целей целям Стратегического плана устойчивого развития Волгограда до 2025 года [1].

2. По результатам мониторинга определить наиболее значимые приоритеты развития Волгограда, предусмотренные Стратегическим планом устойчивого развития Волгограда, соответствующие целям и задачам федеральных и областных программ.

3. Ежегодно, учитывая выбранные приоритеты развития Волгограда, предусматривать в городском бюджете денежные средства в полном объеме на софинансирование федеральных и областных программ.

4. Усилить работу с главными распорядителями бюджетных средств Волгоградской области на предмет своевременного поступления средств из вышестоящих бюджетов на реализацию программных мероприятий.

5. Разработать и утвердить план мероприятий по участию Волгограда в федеральных и областных программах, реализуемых на условиях софинансирования из вышестоящих бюджетов.

6. В целях обеспечения устойчивого развития Волгограда, улучшения качества и общих условий жизни населения, активизировать работу по продвижению проекта долгосрочной областной целевой программы «Развитие Волгограда, как административного центра Волгоградской области».

7. Активизировать работу по обеспечению взаимодействия с федеральными и региональными органами государственной власти, общественными, научными и иными организациями и объединениями по вопросам, связанным с обеспечением участия Волгограда в федеральных и областных целевых программах.

Список литературы

1. Стратегический план устойчивого развития Волгограда до 2025 года, принятый решением Волгоградской городской Думы от 24.12.2007 № 55/1399.
2. Официальный сайт администрации Волгограда. URL: <http://www.volgadmin.ru>.
3. Официальный сайт администрации Волгоградской области. URL: <http://www.volganet.ru>.

АНАЛИЗ ДИНАМИКИ ВАРИАТИВНЫХ ФОРМ ДОШКОЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ В ИВАНОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Кузнецова С.В.

Ивановский государственный химико-технологический университет

Приоритетным направлением социального развития Ивановской области является обеспечение доступности дошкольного образования, с учетом значительного роста рождаемости.

Важнейшими количественными показателями, характеризующими ситуацию на рынке услуг дошкольных образовательных учреждений, являются:

- число дошкольных учреждений в рассматриваемой экономической системе;
- численность детей в дошкольных образовательных учреждениях;
- численность детей в возрасте 1 - 7 лет [3].

Дошкольные образовательные организации (дошкольные образовательные учреждения (ДОУ))- тип образовательных организаций, реализующих образовательные программы дошкольного образования различной направленности, обеспечивающие воспитание, обучение, уход и оздоровление детей в возрасте от 1 года до 7 лет. Виды дошкольных образовательных организаций рассмотрены в статье автора [4].

Основным источником информации о численности ДОУ и числе детей в них являются статистические данные Федеральной службы государственной статистики РФ и Росстата РФ по Ивановской области. Подробно анализ доступности дошкольного образования в Ивановской области представлен в [4].

Динамика существующих в настоящий момент в Ивановской области вариативных форм дошкольного образования представлена в таблице 1.

Таблица 1

Число дошкольных образовательных организаций (вариативные формы) в Ивановской области (на конец года) [6]

	2005	2010	2011	2012	2013	2014
Число обособленных структурных подразделений (филиалов) дошкольных и общеобразовательных организаций	-	11	12	14	16	11
Кроме того, общеобразовательных организаций, имеющих группы дошкольного образования	65	63	61	62	62	65

Динамика детских садов компенсирующего вида и имеющих группы компенсирующего назначения представлена в таблице 2.

Таблица 2

Численность детей дошкольных образовательных организаций в группах компенсирующей направленности по назначению (на конец года) [6]

	Численность детей в них, человек					
	2005	2010	2011	2012	2013	2014
Детские сады компенсирующего вида и имеющие группы компенсирующего назначения	1936	1448	1766	1989	1920	2007
из них для детей:						
- с нарушением слуха	-	-	-	47	2	38
- с нарушением речи	1176	670	985	1038	1004	1060
- с нарушением зрения	353	101	322	353	366	408
- с нарушением интеллекта	139	251	49	47	48	55
- с нарушением опорно-двигательного аппарата	-	141	182	189	194	200
- с задержкой психического развития	...	224	216	231	219	227
- других профилей	59	61	12	84	87	19

Несмотря на положительную динамику вариативных форм дошкольного образования в Ивановской области задача по увеличению мест для детей раннего возраста (учитывая увеличение рождаемости в регионе) остается актуальной.

Спрос на услуги дошкольных образовательных учреждений обусловлен (помимо роста рождаемости и увеличения численности соответствующих возрастных групп) степенью охвата этих контингентов дошкольным образованием, представленным дошкольными образовательными учреждениями.

Охват детей дошкольными учреждениями – отношение числа детей, посещающих дошкольные учреждения, к общему числу детей в возрасте от 1 года до 6 лет, скорректированному на число детей, обучающихся в школе, в 1980-е годы составлял в Ивановской области 100% [1]. В 1997-1999 годы показатель охвата детей дошкольными учреждениями в Ивановской области снизился до 70% [2].

Затем значение этого показателя стало возрастать, увеличившись к началу 2008 года до 75%, к началу 2015 года до 76.6% [4] (рис. 1).

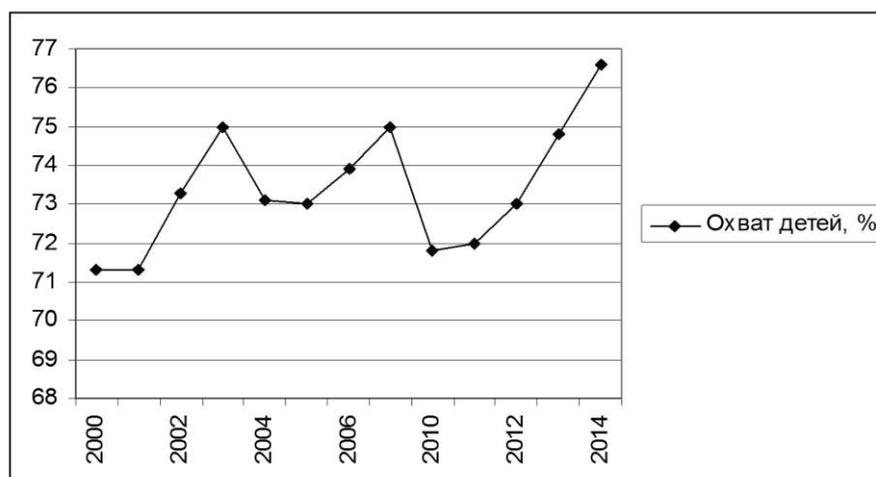


Рис. 1. Динамика охвата детей в возрасте 1-6 лет дошкольным образованием (включая вариативные формы) в Ивановской области на конец года 2000-2014 г.г. [4]

Несмотря на очевидный рост охвата детей дошкольным образованием (включая вариативные формы) проблема его общедоступности остается актуальной. Для решения проблемы общедоступности дошкольного образования во многих субъектах Российской Федерации разработаны программы развития дошкольного образования как составной части региональной системы образования.

Ивановская область не является исключением в решении проблемы доступности дошкольного образования. В Ивановской области, как и во всей стране, завершился трехлетний проект модернизации системы дошкольного образования, который был направлен на ликвидацию очередности в детские сады и предусматривал поддержку федерального бюджета на решение данной проблемы. Целью проекта было достижение к 2016 году полной доступности дошкольного образования для детей в возрасте от 3 до 7 лет. В настоящее время (начало 2016 г.) дошкольное образование в регионе получают 52270 детей, а охват детей дошкольным образованием с учетом вариативных форм составляет 86%, что выше среднероссийского показателя. Сегодня система дошкольного образования Ивановской области включает в себя 447 образовательных организаций, реализующих программы дошкольного образования, из них:

- 379 муниципальных детских садов;
- 59 дошкольных групп при общеобразовательных школах;
- 3 образовательные организации для детей дошкольного и младшего школьного возраста (начальная школа - детский сад);
- 6 частных образовательных организаций, реализующих программы дошкольного образования.

Дополнительным ресурсом в открытии новых мест для дошкольников стали различные вариативные формы дошкольного образования, среди которых самой востребованной остается группа кратковременного пребывания.

К перспективным формам дошкольного образования, обеспечивающим наиболее полное удовлетворение в услугах дошкольного образования можно отнести:

1. Семейный детский сад для многодетной семьи;
2. «Мама-клуб» – общественная регламентированная организация, предоставляющая возможность свободного педагогического общения молодых мам, имеющих детей раннего и дошкольного возраста;
3. Семейный детский сад – объединение семей, заинтересованных вопросами воспитания и развития своих детей, на базе ДОО.

В настоящее время в Ивановской области на базе детских садов, общеобразовательных школ, учреждений дополнительного образования работают 220 групп кратковременного пребывания, открыто 10 центров игровой поддержки ребенка, 7 лекотек для детей с ограниченными возможностями здоровья, 50 семейных клубов. К сожалению, динамика в этом направлении незначительна. Без развития вариативных форм дошкольного образования в Ивановской области решить проблему очередности в детские сады детей в возрасте до 3-х лет будет затруднительно [5].

** Статья подготовлена по материалам исследований, поддержанных грантом РФФИ № 15-46-03180.*

Список литературы

1. Ермолаев М.Б., Ильченко А.Н. Трудовая миграция в регионе: модели анализа и прогнозирования. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 200 с.
2. Ивановская область в 2000 году / Статистический сборник. – Иваново: Облкомстат, 2001. - 356 с.
3. Кузнецова С.В. Обеспеченность услугами дошкольного образования в Ивановской области // Современные наукоемкие технологии. Региональное приложение. - 2009. - №4. - С. 50-53.
4. Кузнецова С.В. Анализ доступности дошкольного образования в Ивановской области // Современные наукоемкие технологии. Региональное приложение. - 2016. - №4.
5. Стенограмма заседания Правительства Ивановской области 2 февраля 2016

года. Правительство Ивановской области. Официальный сайт. [Электронный ресурс] URL: www.ivanovoobl.ru (Дата обращения 17.10.2016).

6. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Ивановской области Официальный сайт. [Электронный ресурс] URL: www.ivanovo.gks.ru (Дата обращения 01.10.2016).

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ НЕКОТОРЫХ МОДЕЛЕЙ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ БАНКРОТСТВА

Соколов А.А., Кульчицкая Е.А.

"Московский технологический университет" МИРЭА

г. Москва

Аннотация. Прогнозирование возможности банкротства должно являться неотъемлемой частью финансовой работы предприятий. На практике применяются два основных подхода основанных: на финансовой отчётности и оперирующий количественными индикаторами – финансовыми показателями с помощью многофакторных регрессионных моделей; и на статистике изменения финансовых коэффициентов уже обанкротившихся предприятий сравнивая их с аналогичными показателями проверяемых предприятий.

Ключевые слова: Финансовая отчётность. Информационная база. Модели прогнозирования банкротства. Модели Э.Альтмана. Модель У.Бивера. Сравнительный анализ.

В условиях периодичности проявления финансово-экономических кризисов возрастает актуальность своевременного прогнозирования потенциального банкротства предприятий. На сегодняшний день известны два главных подхода анализа угрозы потенциального банкротства. Первый подход основывается на финансовой отчетности и оперирует количественными индикаторами – финансовыми показателями. Это многофакторные регрессионные модели, которые учитывают изменения в финансовом управлении и экономики, на рынках капиталов и другие факторы. Второй базируется на статистике изменения финансовых коэффициентов уже обанкротившихся предприятий и сравнивает их с аналогичными показателями проверяемых предприятий. В обоих подходах основным является выбор оптимального количества важных финансовых

показателей, которые обеспечивают необходимую надежность и достоверность анализа потенциального прогноза.

В зарубежной и отечественной экономической литературе предлагаются отличающиеся друг от друга методики и математические модели прогнозирования угрозы потенциального банкротства. Первые изучения аналитических показателей для предсказания вероятного ухудшения финансовой деятельности предприятий осуществлялись в США ещё в начале 30-х годов XX века.

Механизмы прогнозирования угрозы потенциального банкротства позволяют диагностировать угрозу банкротства организаций. При этом банкротство рассматривается как сильнейшее проявление кризиса.

Наиболее распространенными моделями являются модели Эдварда Альтмана. В 1968 году была опубликована первая модель Э.Альтмана, которая применялась только для оценки предприятий, чьи ценные бумаги торгуются на бирже. А модель для компаний, чьи ценные бумаги не торговались на бирже, была создана лишь в 1983 году. В математическом значении, модель Э.Альтмана – это функция, которая зависит от показателей, характеризующих результат деятельности предприятия и его экономический потенциал.

Альтман разрабатывал свою модель на основе исследования финансового состояния 66 американских компаний. Исследуемые компании выбирались таким образом, чтобы оценивались равное количество и обанкротившихся, так и успешно функционирующих компаний.

Рассмотрим формулы расчёта моделей Э.Альтмана, которые упоминаются на сегодняшний день в экономической литературе.

Двухфакторная модель Э.Альтмана (ф.1) отличается простотой и наглядностью прогнозирования угрозы потенциального банкротства, так как основывается на расчете действия только двух коэффициентов: коэффициента текущей ликвидности и доли заёмных средств в пассиве. Её формула имеет следующий вид:

$$Z = -0,3877 - 1,0736 \times K_{мл} + 0,579 \times \frac{\text{Заёмный капитал}}{\text{Пассивы}} \quad (1)$$

где: $K_{мл}$ – коэффициент текущей ликвидности.

Значение $Z > 0$ свидетельствует о том, что ситуация в компании считается критичной с высоким уровнем угрозы потенциального наступления банкротства.

Пятифакторная модель Э.Альтмана (ф.2) считается самой популярной. Она разработана для исследования деятельности компаний, чьи ценные бумаги торгуются на бирже, и была опубликована в 1968 году.

Формула модели выглядит следующим образом:

$$Z = 1,2 X_1 + 1,4 X_2 + 3,3 X_3 + 0,6 X_4 + 1,0 X_5, \quad (2)$$

где: X_1 – оборотный капитал/сумма активов;

X_2 – сумма распределенной прибыли/сумма активов;

X_3 – сумма прибыли до налогообложения/общая стоимость активов;

X_4 – рыночной стоимость собственного капитала/балансовая стоимость всех обязательств;

X_5 – выручка/общая величина активов.

Результаты расчета показателя Z являются основанием для прогнозирования угрозы банкротства для предприятия. Соотношения вероятности потенциального банкротства и значения показателя представлены в таблице 1.

Преимущество модели - это достаточно высокая точность прогноза. Для периода прогнозирования равного одному году точность составляет примерно 95%, для двух лет – 83%. Недостаток модели – это ограниченность применения. Она используется только для крупных холдингов, чьи ценные бумаги прошли листинг.

Таблица 1

Соотношение показателя Z и угрозы потенциального банкротства компании

Показатель Z	Вероятность банкротства
1	2
$Z < 1,81$	80 – 100%
$1,81 \leq Z < 2,77$	35 - 50%
$2,77 < Z < 2,99$	15 – 20 %
$2,99 \leq Z$	≈ 0

Рассмотрим еще одну модель Альтмана - Z -модель (ф.3), которая также разработана американским экономистом и призвана прогнозировать вероятность потенциального банкротства.

В основе формулы лежит комбинация 4-5 финансовых показателей, которые характеризуют финансовое состояние и результаты деятельности компании. Данная модель позволяет учитывать разную отраслевую принадлежность компаний.

4-факторная **Z**-модель применяется для *непроизводственных предприятий*, (акции которых не торгуются на бирже) выглядит следующим образом:

$$\mathbf{Z\text{-модель}} = 6,56T_1 + 3,26T_2 + 6,72T_3 + 1,05T_4 \quad (3)$$

где: T_1 - оборотный капитал / активы;

T_2 - нераспределенная прибыль / активы;

T_3 - ЕВИТ / активы;

T_4 - собственный капитал / обязательства.

Полученные результаты можно интерпретировать следующим образом:

Значение **Z** равное 1,1 и меньше свидетельствует о существовании высокой вероятности банкротства.

Значение **Z** больше 1,1, но меньше 2,6 свидетельствует о существовании пограничного состояния, вероятность банкротства не высокая, но и не исключается.

Значение **Z** больше 2,6 свидетельствует о существовании низкой вероятности банкротства.

Для производственных предприятий, акции которых не котируются на бирже используется 5-тифакторная **Z**-модель Э.Альтмана (ф.4).

$$\mathbf{Z\text{-модель}} = 0,717X_1 + 0,874 X_2 + 3,10 X_3 + 0,42 X_4 + 0,995X_5 \quad (4)$$

где: X_1 – оборотный капитал/сумма активов;

X_2 – сумма распределенной прибыли/сумма активов;

X_3 – сумма прибыли до налогообложения/общая стоимость активов;

X_4 – собственный капитал/ заемный капитал;

X_5 – выручка/общая величина активов.

Значение показателя **Z** меньше 1,23 свидетельствует об очень высокой вероятности потенциального банкротства.

Значение показателя **Z** больше 1,23, но меньше 2,89 свидетельствует о неопределенности финансового состояния компании.

Значение показателя **Z** больше 2,9 указывает на состояние компании как стабильное и финансово устойчивое.

Моделям Э.Альтмана присуще ряд неоспоримых достоинств:

1. Простота и возможность применения при ограниченной информации.
2. Возможность сравнения показателей.

3. Возможность разделения анализируемых компаний на потенциальных банкротов и не банкротов.

4. Высокая точность расчетов.

Но помимо достоинств, модели Э.Альтмана обладают рядом недостатков:

1. Невозможность использования в российских условиях (не учитывают российские особенности экономики).

2. Сложность интерпретации итоговых значений.

3. Зависимость точности расчетов от исходной информации.

4. Ограниченность области применения.

5. Основаны на устаревших данных.

6. Не учитывают коэффициенты рентабельности.

Свою систему определения угрозы потенциального банкротства предложил известный финансовый аналитик Уильям Бивер в 1966 году. Его пятифакторная модель содержит следующие показатели:

1. Рентабельность активов;

2. Коэффициент текущей ликвидности;

3. Доля чистого оборотного капитала в активах;

4. Удельный вес заёмных средств в пассивах;

5. Коэффициент У.Бивера (отношение суммы чистой прибыли и амортизации к заёмным средствам).

Особенности конструкции данной модели – отсутствие весовых коэффициентов и возможность определения угрозы банкротства за пять лет.

Для всех коэффициентов определены три группы показателей (табл. 2).

В модели У.Бивера не предусмотрены весовые коэффициенты для индикаторов и не рассчитывается итоговый коэффициент угрозы потенциального банкротства. Полученные значения показателей сравниваются с нормативными значениями, характерными для трёх состояний фирмы, сформулированных У. Бивером:

- для благополучных компаний;

- для компаний, обанкротившихся в течение года;

- для фирм, ставших банкротами в течение пяти лет.

Преимуществами такой модели являются использование показателя рентабельности активов и вынесение суждения о сроках наступления банкротства компании. Из недостатков следует отметить:

Группы значений показаний для пятифакторной модели У.Бивера

Показатель	Расчёт	Значение показателя		
		Благополучные фирмы	За 5 лет до банкротства	За год до банкротства
А	Б	1	2	3
Коэффициент У. Бивера	$\frac{\text{Чистая прибыль} + \text{Амортизация}}{\text{Заёмный капитал}}$	0,4-0,45	0,17	-0,15
Рентабельность активов, %	$\frac{\text{Чистая прибыль}}{\text{Активы}} \times 100\%$	6 – 8	4	-22
Доля долга, %	$\frac{\text{Заёмный капитал}}{\text{Активы}} \times 100\%$	< 37	< 50	< 80
Коэффициент покрытия активов чистым оборотным капиталом	$\frac{\text{Чистый оборотный капитал}}{\text{Активы}}$	< 0,4	< 0,4	< 0,4
Коэффициент покрытия	Оборотный капитал	< 3,2	< 2	< 1

- отсутствие итогового коэффициента;
- невозможность использования в российских условиях (не учитывает российские особенности экономики);
- сложность интерпретации итогового значения;
- зависимость точности расчетов от исходной информации.

На основе изученных данных по описанным методикам анализа угрозы потенциального банкротства компании можно провести их сравнительный анализ с целью выделения общих достоинств и недостатков. Сравнение моделей по различным факторам приведено в таблице 3.

Таблица 2

Сравнительная характеристика моделей оценки угрозы потенциального банкротства

Модель	Э.Альтмана	У. Бивера
Год публикации	1968	1966
Тип	Количественная	Количественная
Количество факторов	2,4, 5,7	5
Основана на статистике	66 USA компаний	USA компании

В таблице 4 приведены достоинства и недостатки моделей предсказания банкротства Э.Альтмана и У.Бивера.

Исходя из проведенного анализа, можно выявить общие недостатки описанных моделей:

- сложность трактовки итогового значения;
- зависимость точности расчетов от исходной информации;
- применение устаревших данных;
- невозможность использования в российских условиях (не учитывают российские особенности экономики);
- отсутствует динамическая интерпретация изменения угрозы потенциального банкротства;
- игнорируется отраслевая специфика деятельности.

Многочисленные попытки применения иностранных моделей прогнозирования банкротства в отечественных условиях не приносят достаточно точных результатов. Тому есть очевидные причины:

Таблица 3

**Достоинства и недостатки моделей предсказания банкротства
Э.Альтмана и У. Бивера**

Модель предсказания банкротства	Достоинства	Недостатки
А	Б	В
Двухфакторная модель Э.Альтмана	Простота расчетов, возможность применения при проведении внешнего анализа на основе бухгалтерского баланса.	Не рассматривает действие коэффициентов, которые характеризуют эффективность использования ресурсов, деловую и рыночную активность и т.д. Не учитывает отраслевые и региональные специфики деятельности.
Пятифакторная модель Э.Альтмана (оригинальная)	Переменные в модели отражают различные аспекты деятельности организации, возможно динамическое прогнозирование изменений финансовой устойчивости.	Применяется только для компаний, чьи ценные бумаги торгуются на бирже.
Пятифакторная модель Э.Альтмана (усовершенствованная)	Переменные отражают разные аспекты деятельности компании. Значение показателя Z дифференцировано для производственных и непроизводственных	Значения факторов значительно разнятся в результате особенностей российской экономики.

	предприятий.	
Модель У. Бивера	Банкротство прогнозируется не только по количественному, но и по временному характеру.	Содержит значения весовых коэффициентов и пороговых значений комплексных и частных показателей, которые рассчитаны на основе показателей американских компаний.

1. Отсутствие информации о базе расчёта весовых значений коэффициентов.
2. Отсутствие информации о базе расчёта критериев оценки, получаемых при расчете модели результатов.
3. Отсутствие статистики банкротств.
4. Проблема достоверности информации и трудности её получения.

Учитывая вышеуказанные недостатки иностранных моделей, следует сделать вывод о необходимости разработки отечественных моделей для оценки угрозы потенциального банкротства российских предприятий, которые бы позволили справедливо интерпретировать показатели деятельности и обладали бы меньшим количеством недостатков.

Список литературы

1. *Балдин, К.В.* Антикризисное управление: макро- и микроуровень: Учебное пособие / К.В. Балдин. - М.: Дашков и К, 2013. - 268 с.
2. *Жарковская Е.П., Бродский Б.Е.* Антикризисное управление: Учебник — М.: Омега-Л, 2014. — 336 с.
3. *Згонник, Л.В.* Антикризисное управление: Учебник / Л.В. Згонник. - М.: Дашков и К, 2013. - 208 с.
4. Антикризисное управление. От банкротства - к финансовому оздоровлению: учебник. / Под ред. Г.П. Иванова. - М.: Закон и право, ЮНИТИ, 2007. - с.112.
5. *Бригхем Ю., Гапенски Л.* Финансовый менеджмент. Полный курс: учебник. В 2-х т./Пер. с англ. - СПб.: Экономическая школа, 2004. - с. 102 - 104.
6. *Altman E.* Corporate Financial Distress and Bankruptcy: Predict and Avoid Bankruptcy, Analyze and Invest in Distressed Debt, 3rd Edition / E. Altman, E. Hotchkiss // John Wiley and Sons, Ltd. – 2006. – 368 p. – ISBN: 978-0-471-69189-1.

МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОЦЕНКИ КРЕДИТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ, С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ РЕЙТИНГОВОЙ ОЦЕНКИ

Чараева М.В., Бабиева Т.В.

Южный федеральный университет,
Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)

Высшей формой устойчивости предприятия является его способность развиваться в условиях изменяющейся внутренней и внешней среды. Для этого предприятие должно обладать гибкой структурой финансовых ресурсов и при необходимости иметь возможность привлекать заемные средства, т.е. быть кредитоспособным.

Кредитоспособность предприятия — способность заемщика полностью и в срок рассчитаться по своим долговым обязательствам (основному долгу и процентам).

Под кредитоспособностью принято понимать такое финансово-хозяйственное состояние предприятия, которое дает уверенность в эффективном использовании заемных средств, способность и готовность заемщика вернуть кредит в соответствии с условиями договора. Изучение кредитными организациями разнообразных факторов, которые могут повлечь за собой непогашение кредитов, или, напротив, обеспечивают их своевременный возврат, составляют содержание анализа кредитоспособности.

Уровень кредитоспособности клиента свидетельствует о степени индивидуального (частного) риска кредитной организации связанного с выдачей конкретной ссуды конкретному заемщику. Кредитная организация в каждом случае определит степень риска, который она готова взять на себя и размер кредита который может быть предоставлен в данных обстоятельствах.

Основная цель анализа кредитоспособности определить способность и готовность заемщика вернуть запрашиваемую ссуду в соответствии с условиями кредитного договора. Основными задачами определения кредитоспособности заемщика являются изучение финансового положения предприятия, предупреждение потерь кредитных ресурсов вследствие неэффективной деятельности заёмщика, стимулирование предприятия в направлении повышения его деятельности и кредитования.

Кредитоспособным является предприятие при наличии у него предпосылок для получения кредита и способности своевременно возратить взятую ссуду с уплатой причитающихся процентов за счет прибыли и других финансовых ресурсов.

Помимо всестороннего анализа финансового состояния предприятия, для определения кредитоспособности проводится количественный и качественный анализ.

Целью проведения анализа рисков является определение возможности, размера и условий предоставления кредита.

Рейтинговая оценка предприятия-заемщика является обобщающим выводом анализа кредитоспособности.

Для этих целей используются три группы оценочных показателей: коэффициенты ликвидности; коэффициент соотношения собственных и заемных средств; показатели оборачиваемости и рентабельности.

Коэффициенты ликвидности характеризуют обеспеченность предприятия оборотными средствами для ведения хозяйственной деятельности и своевременного погашения срочных обязательств.

Коэффициент абсолютной ликвидности K_1 характеризует способность к моментальному погашению деловых обязательств и определяется как отношение денежных средств и высоколиквидных краткосрочных ценных бумаг (государственные ценные бумаги, ценные бумаги Сбербанка России) к наиболее срочным обязательствам предприятия в виде краткосрочных кредитов банка, краткосрочных займов и различных кредиторских задолженностей.

Промежуточный коэффициент покрытия K_2 характеризует способность предприятия оперативно высвободить из хозяйственного оборота денежные средства и погасить деловые обязательства.

Коэффициент текущей ликвидности (общий коэффициент покрытия) K_3 является обобщающим показателем платежной способности предприятия, в расчет которого в числителе включаются все оборотные активы, в том числе материальные.

Коэффициент соотношения собственных и заемных средств K_4 является одной из характеристик финансовой устойчивости предприятия и определяется как отношение собственных средств, за вычетом убытков, ко всей сумме обязательств по привлеченным заемным средствам.

Рассмотрим показатели оборачиваемости и рентабельности. Оборачиваемость разных элементов оборотных активов и кредиторской задолженности рассчитывается в днях, исходя из объема дневных продаж (однодневной выручки от реализации).

Среднее (за год) величины оборотных активов и кредиторской задолженности рассчитываются как суммы половин величин на начало и конец года.

Рентабельность продукции (или рентабельность продаж) K_5 , определяются в процентах или долях.

На основании результатов расчетов заемщику присваиваются категории по каждому из этих показателей на основе сравнения полученных значений с

установленными достаточными (таблица 1,2). Далее, по этим показателям определяется сумма баллов и выводится рейтинг заемщика.

Таблица 1 - Разбивка показателей на категории в зависимости от их фактических значений

Коэффициенты	Категория 1	Категори 2	Категория 3
К1	0,2 и выше	0,15-0,2	менее 0,15
К2	0,8 и выше	0,5-0,8	менее 0,5
К3	2,0 и выше	1,0-2,0	менее 1,0
К4			
Кроме торговли	1,0 и выше	0,7-1,0	менее 0,7
Для торговли	0,6 и выше	0,4-0,6	менее 0,4
К5	0,15 и выше	менее 0,15	нерентаб.

Таблица 2 - Расчет суммы баллов на основании расчетных коэффициентов

Показатель	Фактическое значение	Категория	Вес показателя	Расчет суммы баллов
К1	0,22	1	0,53	0,53
К2	0,53	2	0,13	0,26
К3	1,2	2	0,29	0,58
К4	0,02	3	0,05	0,15
К5	0,008	2	0,02	0,04
Итого	X	x	1	1,56

Формула расчета суммы баллов S имеет вид :

$$S = 0,1 * \text{Категория К1} + 0,05 * \text{Категория К2} + 0,42 * \text{Категория К3} + 0,21 * \text{Категория К4} + 0,21 * \text{Категория К5}$$

Для остальных показателей (оборачиваемость и рентабельность) не устанавливаются оптимальные или критические значения ввиду большой зависимости этих значений от специфики предприятия, отраслевой принадлежности и других конкретных условий.

Сумма баллов S влияет на рейтинг заемщика следующим образом :

S=1 или 1,05 - соответствует первому классу кредитоспособности;

S больше 1, но меньше 2,42 - соответствует второму классу;

S равно или больше 2,42 - соответствует третьему классу.

Первоклассным по кредитоспособности заемщикам коммерческие банки могут открывать кредитную линию, выдавать в разовом порядке бланковые (без обеспечения) ссуды с установлением более низкой процентной ставки, чем для остальных заемщиков.

Кредитование второклассных ссудозаемщиков осуществляется банками в обычном порядке, т.е. при наличии соответствующих обеспечительных обязательств (гарантий, залога и т.д.). Процентная ставка зависит от вида обеспечения.

Предоставление кредитов клиентам третьего класса связано для банка с серьезным риском. Таким клиентам в большинстве случаев банки кредитов не выдают, а если выдают, то размер предоставляемой ссуды не должен превышать размер уставного фонда. Процентная ставка за кредит устанавливается на высоком уровне.

Список литературы

1. Банковское дело / Учебное пособие. 4-е изд. Под ред. Лаврушина О.И. М.: КНОРУС, 2014.
2. Лаврушин О.И. Деньги, кредит, банки / Учебник. М.: КНОРУС, 2010.
3. Финансовый менеджмент: Учебник / Под ред. А.М. Ковалевой. - 2-е изд., перераб. и доп. - м.: инфра-м, 2013.
4. Финансы организаций (предприятий): Учебник / под ред. Н.В. Колчиной – 5-е изд. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2011.
5. Шеремет А.Д. Методика финансового анализа деятельности коммерческих организаций / А.Д. Шеремет, Е.В. Негашев. 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2013.

СЕКЦИЯ №4.

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЁТ, СТАТИСТИКА (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.12)

РАЗВИТИЕ РОССИЙСКОГО АУДИТА КАК МЕТОДА ВЫБОРОЧНОГО КОНТРОЛЯ

Ганьшин А.В.

Аспирант Финансового университета при Правительстве Российской Федерации,
г. Москва

В СССР в конце 1980-х годов в ходе экономической реформы, основой которой было предоставление большей самостоятельности хозяйствующим субъектам в целях, их самокупаемости возникает потребность в аудите как самостоятельном рыночном

институте. Первой реакцией на указанные процессы было издание специального Постановления Совета Министров СССР от 08.09.1987 "О создании советской аудиторской организации" в соответствии с которым на базе Главного управления валютного контроля Минфина СССР создано акционерное общество по оказанию аудиторских и консультационных услуг "Инаудит", которое послужило хорошим примером для практической деятельности отечественного аудита [4]. Вместе с тем, именно в тот период, на наш рынок активно вошли представители международных аудиторских организаций, которые в последующем организовали соответствующие совместные аудиторские фирмы. Это относится и к существующим, в настоящее время ведущим международным аудиторским компаниям, работающим на российском рынке – «Прайсватерхауз Куперс», «Эрнст энд Янг», «КПМГ», «Делойт де Туш». [3].

В период с 1988 г. по 1993 г. аудит в нашей стране в основном носил инициативный характер, поскольку не было законодательного акта, регулирующего деятельность аудиторских организаций в России.

Таким образом, начиная с 1989 по 1993 гг. начинается 1-й этап развития российского аудита, который называют подтверждающий аудит [5]. На этом этапе еще нет законодательной базы об аудиторской деятельности, но уже аудит рассматривается как независимый вневедомственный финансовый контроль. Не было понимания того как должен был аудитор подтверждать отчетность:

- с абсолютной точностью;
- или только во всех существенных, значимых отношениях.

Подтверждающий аудит характеризовался тем, что при проведении проверки аудитор сплошным методом проверял и подтверждал практически каждую хозяйственную операцию, вплоть до параллельного составления аудитором собственных учетных регистров. Некое тяготение к сплошной аудиторской проверке было обусловлено ответственностью, в том числе и уголовной, налагаемой на проверяющего нормами законодательства советского времени. Характер сплошной аудиторской проверки был обусловленный еще и тем, что наказание за экономические преступления в законодательстве социалистического государства является более суровым. А здесь аудитор мог нарушить нормы законодательства, в том числе и уголовного, связанные с неучетом или неправомочным учетом социалистического имущества, неправильным исчислением и неоплатой (несвоевременной оплатой), нарушением валютных операций. Нарушения, связанные с неправильным учетом имущества и искажением налогооблагаемой базы, рассматривалась, как воровство социалистической собственности, не говоря уже про то, что нарушения по валютным операциям,

рассматривались, как подрывная деятельность, направленная против интересов государства, а такие нарушения карались особенно строго. Проверяющий, в случае обнаружения реально существующих ошибок, мог в этих случаях рассматриваться или как пособник в расхищении социалистической собственности или как лицо, чьи халатные должностные действия способствовали расхищению общественной собственности. Конечно, аудиторы понимали, что принцип выборочно отбора, составленного с применением методов математической статистики, для проверки по принципу однородности совокупных операций и их классификации на типичные и нетипичные для данного хозяйствующего субъекта позволило бы в десятки раз сократить трудозатраты на проверку, снизив качество проверки всего только на сотые доли. Но, неопределенность в признании виновности аудитора за обнаружение ошибки в ходе аудиторской проверки, заставляла проводить проверки сплошным методом. Отсюда пошло начало, сплошной аудиторской проверки, которая чуть было не загубила российский аудит в начале 90-х прошлого века своими огромными затратами квалифицированного труда и времени.

С развитием законодательной базы аудита в период с 1993 по 1996 г. начинает развиваться 2 этап развития аудита, так называемый аудит, базирующийся на риске. Принято считать, что этот этап развития аудита начинается с утверждения Указа Президента РФ № 2263, «Об утверждении Временных Правил аудиторской деятельности в РФ» от 22.12.1993 г. Этим документом были регламентированы понятие, цели и задача аудиторской деятельности, права и обязанности сторон в аудите, критерии независимости и прочие основы аудиторской деятельности. На этом этапе развития российского аудита, выборочность аудиторских процедур была законодательно закреплена во Временных правилах аудиторской деятельности в РФ, в ст.13 п. «а» сказано, что «аудитор (аудиторской организации) самостоятельно определяет формы и методы аудиторской проверки» [2]. Аудитор, уже как профессионал самостоятельно определяет объем и порядок выборных процедур, исходя из условий бизнеса хозяйственного субъекта. Аудитор сосредотачивал свою работу в областях с большей вероятностью допущения ошибок, так называемых зонах повышенного риска, и, одновременно, сокращая затраты времени и квалифицированного труда в областях с низким риском допущения ошибки. Но, и риски за обнаружение "узких мест" учета со скрытыми ошибками ложилась на аудитора. Да, и вообще, понятие аудиторского риска еще не имело четкого определения. Конечно же, на данном этапе развития российского аудита, было целесообразно прибегнуть к методу выборочного контроля, на основе использования правил математической статистики. Использование методов математической статистики позволило резко сократить издержки на проведение аудиторской проверки и,

одновременно, обеспечить приемлемые результаты в отношении точности и надежности результатов аудиторской проверки. Выборочный метод соответствует принципу «разумной гарантии», когда стоимость проверки много ниже полученного экономического эффекта от управленческих решений, принятых на основе проаудированной достоверной бухгалтерской отчетности. Выборочный контроль позволяет заметно сократить сроки проверки, что часто очень важно для заинтересованных пользователей этой отчетности, а также позволяет привлечь к аудиторской проверке квалифицированный персонал, что позволяет снизить риск ошибок, связанных с неверными трактовками действующего законодательства.

Но, именно 2-й период известен рассветом «черного» аудита или, так называемого «колотушничества», когда в погоне за прибылью создавались «аудиторские фирмы-однодневки», которые заведомо оказывали некачественные аудиторские услуги. При предъявлении аудитору претензий, в том числе и судебном порядке, невозможно было доказать вину аудитора за некачественное проведение аудиторской проверки. Аудитор обосновывал риск необнаружения ошибки за счет выборочности проводимых аудиторских процедур. Не было возможности как доказать вину аудитору так, и оправдать его действия, так как не было стандартов выборочного отбора в аудите, да и, вообще в этот период в России еще не было аудиторских стандартов.

Третий этап развития аудита в России называют системно-ориентированный аудит. Этот этап начинается с 1996 г. с развитием стандартизации аудиторской деятельности в России и продолжается по настоящее время. Основная цель стандартизации аудиторской деятельности - повышение качества аудиторских услуг. И как следствие, претензии по качеству аудита могут быть предъявлены ровно на столько, на сколько аудитор в своей работе не придерживался аудиторских стандартов. На этом этапе развития российского аудита особенно актуальным становится определение качественной аудиторской выборки, позволяющей разумно снизить трудозатраты и, одновременно, обеспечить надлежащее качество аудиторских услуг. На данном этапе развития российского аудита, аудитор сначала изучает особенности действующей системы учета и внутреннего контроля клиента, добивается понимания его бизнеса, а лишь затем определяет порядок и объем выборочных процедур, которые будут проводиться в ходе аудиторской проверки.

И в настоящее время, вопрос качества аудиторской выборки особенно остро возникает в условиях корпоратизации и аффилированности российского бизнеса. Поэтому необходимо разрабатывать новые методы выборочного отбора, способствующие эффективному проведению аудиторской проверки и повышающие его качество.

Список литературы

1. Об аудиторской деятельности: Федеральный закон РФ от 30.12.08 N 307-ФЗ. 2. 2. 2. Указ Президента РФ от 22.12.1993 N 2263 (ред. от 26.11.2001) "Об аудиторской деятельности в Российской Федерации"
3. Аудит в России. Антология российского аудита/ Под ред. А.В. Крикунова, М.: Маркет ДС, 2007.
4. Аудит эффективности в рыночной экономике. - Иванова Е. И., Мельник М. В., В. И. Шлейников - Учебное пособие вузов/ Под ред. С. И. Гайдаржи.- М.: КноРус, 2007.
5. Аудит. – Учебник для вузов под. Ред. Подольского В.И. – М.: ЮНИТИ,2016

РЕШЕНИЕ ПРОБЛЕМ УНИФИКАЦИИ СТАТИСТИКИ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В МЕЖДУНАРОДНОМ МАСШТАБЕ

Григорук Н.Е.

профессор Московского Государственного института международных отношений
(МГИМО (У) МИД России), г. Москва

Внешнеэкономическая деятельность является важной составной частью социально-экономического развития любого государства. В современных условиях она в значительной степени способствует повышению эффективности производства, обогащению потребительского рынка страны, выполняет роль инструмента экономического роста. С помощью внешнеэкономического фактора создаются условия для рационального использования капиталовложений, внедрения в экономику достижений научно-технического прогресса, более полного удовлетворения потребностей населения в товарах и услугах. Всё это находит отражение в публикуемых странами и международными организациями статистических показателях.

Несмотря на общее снижение объёмов международной торговли, которое произошло в 2015 году, её масштабы по-прежнему огромны – более 16 трлн.долларов США [9] составляет только торговля товарами. Доля услуг в современной структуре международной торговли пока значительно меньше, чем товаров (в настоящее время она составляет чуть более 1/5), но темпы роста торговли услугами в последнее десятилетие опережали аналогичные показатели в торговле товарами.

Повышение роли внешнеэкономического фактора в обеспечении общего экономического роста приводит к возрастанию значения статистики

внешнеэкономической деятельности, с помощью которой анализируются взаимосвязь национальной экономики с мировым хозяйством, двусторонние и многосторонние экономические связи.

Исторически так сложилось, что с расширением межгосударственных контактов и развитием международной статистики в первоочередном порядке стали решаться и проблемы унификации методов статистического учёта внешнеторговых операций. Так, уже с середины XIX века, вопросы внешнеторговой статистики являлись предметом обсуждения на многих международных конгрессах и конференциях, начиная с Первого конгресса, который состоялся в Брюсселе в 1853 году.

Далее унификация данных статистики внешней торговли была поставлена на повестку дня сессий Международного статистического института (MSI). В частности, в 1891 году на третьей сессии МСИ и в 1923 году на пятнадцатой был принят ряд рекомендаций, касающихся организации и методологии этой отрасли статистики в странах.

Дальнейшее развитие внешнеторговая статистика получила в работе статистического аппарата Лиги Наций. Главным итогом деятельности этой международной организации в данной области явился созыв в 1928 году в Женеве конференции по экономической статистике, на которой были выработаны общие методологические принципы статистики внешней торговли, положенные в основу дальнейшего развития этой отрасли статистики во многих государствах. На основе выработанных единых подходов к учёту внешнеторгового оборота стало возможным составление сводных таблиц по международной торговле, которые перед Второй мировой войной стал готовить и публиковать статистический аппарат Лиги Наций. В них содержались сопоставимые данные по внешней торговле 140 стран мира.

После Второй мировой войны разработкой методологии статистики внешней торговли начала заниматься Организация Объединённых Наций. Руководящим статистическим органом, действующим в рамках ООН, стала Статистическая Комиссия (СК) Экономического и Социального Совета (ЭКОСОС) ООН – United Nations Statistical Commission (UNStatcom), – учреждённая решением первой сессии ЭКОСОС 16 февраля 1946 года как орган, призванный заниматься подготовкой проектов всех международных рекомендаций в области статистики. [3, с.55].

Сегодня Статистическая комиссия представляет собой наивысший орган глобальной статистической системы. В самом начале своей деятельности Комиссия поставила задачу разработки нового проекта Списка товаров для международной торговли на базе пересмотренного и уточнённого Минимального перечня товаров Лиги Наций.

Результатом этой работы стал первый вариант Стандартной международной торговой классификации (СМТК), утверждённый на XI сессии ЭКОСОС 12 июля 1950 года. Этот международный классификатор товаров, значительно усовершенствованный в соответствии с требованиями времени и современной структурой мировой торговли, применяется и сегодня, но уже в пятой редакции (СМТК-5, 2012 г.).

Постоянным рабочим исполнительным органом в области статистики в рамках ООН стал статистический отдел Департамента Экономических и Социальных вопросов ООН, – United Nations Statistical Division (UNSD), – созданный одновременно со Статистической комиссией в качестве органа Секретариата ООН, содействующего выполнению задач, стоящих перед СК и глобальной статистической системой.

В настоящее время отдел статистики ООН является всемирным хранилищем данных по международной торговле. Эти данные собираются из различных национальных и международных источников. На основе них отдел составляет сводные таблицы, характеризующие развитие внешней торговли стран и международной торговли в распределении по странам, регионам, а также по товарам и товарным группам, публикует их в статистических сборниках различной периодизации (месячных, годовых и т.п.), а также подготавливает и рассылает необходимую информацию другим заинтересованным организациям. На интернет-сайте статистического отдела ООН размещены около 20 баз данных, наиболее известные и востребованные из которых – UNCBД (общая база данных) и COMTRADE (база данных по торговле).

Под руководством статистического аппарата ООН и при активном участии других международных организаций и представителей стран были подготовлены два международных документа (стандарта) по статистике внешнеэкономической деятельности, содержащие рекомендации по всем её основным методологическим вопросам, – это «Статистика международной торговли товарами. Концепции и определения», впервые опубликованный в 1970 году, а в настоящее время действующий в редакции 2010 года (СМТТ 2010) и «Руководство по статистике международной торговли услугами», изданное в 2002 году, затем пересмотренное и дополненное в 2010 году (РСМТУ 2010).

Историческое значение этих документов состоит в том, что они стали основой для решения проблемы унификации, стандартизации методологии статистики внешнеэкономической деятельности в международном масштабе и обеспечения на этой основе лучшей сопоставимости национальных статистических данных. Принятые в 2010 году документы обеспечивают гармонизацию с другими международными стандартами последних лет – прежде всего, с СНС-2008 и РПБ-6.

Международная торговля товарами и услугами тесно связаны между собой и во всё большей степени друг на друга влияют. В современных условиях для успешного осуществления поставки товаров на внешний рынок требуется всё большее количество услуг, начиная с анализа рынков и кончая транспортировкой, страхованием товаров и их послепродажным обслуживанием. Особенно важна роль услуг в торговле наукоёмкими товарами, которая, как правило, сопровождается послепродажным сервисом, информационными и консалтинговыми услугами.

Перечень услуг, оказываемых и получаемых странами, велик. В соответствии с классификацией ВТО в настоящее время насчитывается более 160 видов услуг, среди которых на первый план выдвинулись отрасли, основанные на использовании сложных, интеллектуальных технологий.

Согласно международным статистическим стандартам, торговля услугами не находит отражения в торговых балансах стран, но включается по полной стоимости оказанных и полученных услуг в платёжные балансы государств. При этом в данном случае речь идёт не только о так называемых «специализированных услугах», таких как подготовка программного обеспечения и обслуживания компьютерной техники, строительно-монтажные, проектно-конструкторские, ремонтные, реставрационные, аудиторские и другие работы, осуществляемые по договорам с зарубежными партнёрами, но и о традиционных для внешнеэкономических связей услугах, оказываемых странами-партнёрами: транспортных (предоставление судов, самолётов, автомобилей для перевозки грузов), страховых (услуги по страхованию грузов в пути), разного рода финансовых услугах. Полный объём таких операций регистрируется в платёжных балансах стран и отражается на основе этих данных в показателях международной торговли услугами. [4, 8].

Интерпретация понятия «международная торговля услугами» в РСМТУ 2010 более широкая, чем в документе-предшественнике 2002 года. Она охватывает не только торговлю услугами между резидентами и нерезидентами, но и распространяется на операции по предоставлению и получению услуг через созданные за границей зарубежные филиалы компаний.

Несмотря на большое количество проблем, связанных с реализацией этих международных стандартов в статистической практике стран, с формированием единого блока информации о внешнеэкономической деятельности на основе материалов таможенной статистики (по торговле товарами), платёжного баланса, статистики прямых иностранных инвестиций и зарубежных филиалов компаний, статистики туризма и др., главный итог деятельности международных организаций в этой области состоит в том,

что статистика становится более понятной и сопоставимой, благодаря применению странами унифицированных концепций, определений, критериев, правил и методик.

Помимо центрального аппарата ООН, вопросы статистики внешнеэкономических связей проходят и через другие международные организации по профилю их деятельности – специализированные учреждения ООН (ЮНЕСКО, МОТ, ФАО, ИКАО и др.), региональные экономические комиссии (ЕЭК, ЭСКАТО, ЭКА и т.п.), а также ВТО, ЮНКТАД, Всемирный банк, МВФ, международные экономические организации развитых стран – ОЭСР и ЕС, которые публикуют данные по внешнеэкономическим операциям на основе унифицированной методологии, рекомендованной СК ООН.

На российскую внешнеэкономическую статистику наиболее заметное влияние оказала статистическая деятельность Евросоюза и методологические рекомендации по этим вопросам Евростата. [5]. То же можно сказать и о статистике Евразийского экономического союза (ЕАЭС), которую готовит и публикует Евразийская экономическая комиссия. В частности, в основу учёта внешней и взаимной торговли стран ЕАЭС положены основные методологические принципы статистики внешнеэкономической деятельности Европейского союза.

Оценивая проводимую в международном масштабе работу по унификации показателей статистики внешнеэкономической деятельности стран и регионов, следует подчеркнуть её большую практическую значимость для совершенствования всей системы экономической информации.

Список литературы

1. Галкин С.А., Григорук Н.Е., Симонова М.Д., «Практикум по статистике для работы с материалами статистических справочников» – М.: «МГИМО-Университет», 2011. – 89 с.
2. Григорук Н.Е. Значение международных статистических стандартов в анализе внешнеторговых операций – в сборнике научных статей «Роль и значение учётно-статистической информации в экономическом анализе»/под ред. Григорук Н.Е., Лихачёва О.Б. – М.: «МГИМО-Университет», 2012. – с. 54–67.
3. Григорук Н.Е. Статистика внешнеэкономических связей и международной торговли – М.: «МГИМО-Университет», 2014. – 263 с.
4. Григорук Н.Е. «Международная практика статистического учёта услуг во внешнеэкономической деятельности». – «Вопросы статистики». Научно-информационный журнал, 2015, №2, с.79–88.

5. Григоруk Н.Е. «Гармонизация европейской внешнеторговой статистики и сопоставимость данных» – статья в сборнике научных трудов МГИМО МИД России «Использование зарубежного опыта в условиях перехода России на международные стандарты в области учёта и статистики»// под ред. Григоруk Н.Е. – М., 1998, с. 60–65.
6. Основные сведения об Организации Объединённых Наций. – Нью-Йорк: Департамент общественной информации ООН, 2014 – 322 с.
7. International Merchandise Trade Statistics: Concepts and Definitions 2010 – United Nations (Department of Economic and Social Affairs. Statistics Division), New York, 2011 – <http://www.gbv.de/dms/zbw/689148291.pdf>
8. Manual on Statistics of International Trade in Services 2010 (MSITS 2010) – United Nations (Department of Economic and Social Affairs. Statistics Division), New York, 2011 – <http://www.gbv.de/dms/zbw/718475593.pdf>
9. Monthly Bulletin of Statistics. U. N.. N-Y, 2016, №5, Table 34.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ СИСТЕМЫ БЮДЖЕТИРОВАНИЯ И КОНТРОЛЯ В КОМПАНИЯХ ХОЛДИНГОВОГО ТИПА

Колесник В.Я., Блинова У.Ю.

ФГПОУ ВПО «Государственный университет управления», г. Москва

В условиях низкой финансовой результативности и платежеспособности холдинговых компаний в России необходим механизм для управления финансовыми потоками. Актуальность изучения выбранной темы исследования обусловлена тем, что в связи с низкой экономической эффективностью холдинговых компаний целесообразно внедрение прогрессивной управленческой технологии – бюджетирования.

Одним из преимуществ компаний холдингового типа выступает построение централизованной системы финансирования. Особенности деятельности таких компаний накладывают отпечаток не только на движение финансовых потоков, но и на систему бюджетирования, которая должна носить единый характер для каждого из участников холдинга. Этот порядок закрепляется в корпоративных стандартах.

В первую очередь, целесообразно создание справочника бюджетных статей, который бы позволял подразделениям холдинга строить систему бюджетирования в зависимости от особенностей деятельности, а также предоставлять сравнимую информацию для консолидации бюджетов по холдингу в целом. Это возможно только на

уровне укрупненных статей, характерных для всех направлений его деятельности. Необходимо соблюдение разумного баланса между детализацией и укрупнением статей бюджетов. Каждый этап построения системы бюджетирования необходимо закрепить в бюджетном регламенте [7].

Проблемы внедрения бюджетирования рассматриваются в работах известных ученых Д. Шима, К. Уорда, Е. Бригхема, Д. Терри, Г. Вэлли, В.В. Ковалева, В.В. Бурцева, В.В. Гамаюнова и др. Однако, в трудах отечественных ученых технологии внедрения бюджетирования недостаточно исследованы. Определенные наработки по данной проблеме имеют западные ученые, но они относятся в основном к характеристикам бюджетирования как инструмента управления в производственной и финансово-кредитной сфере и не касаются других видов деятельности. Среди современных исследователей выбранной темы можно отметить В.Я. Колесник, А.С. Костенко, Р.Н. Деникаеву, О.З. Лобковскую, Г.И. Жабера, М.А. Блюма, М.И. Снегиреву и др. При этом, особенности бюджетирования холдинговых компаний практически не описаны.

Исследователи М.В. Базайкина, Е.Н. Фадеева отмечают, что процесс формирования и исполнения бюджета компании холдингового типа имеет сложную структуру, взаимосвязанными частями которой являются:

– «технология создания бюджетных планов, которая определяет состав и структуру бюджетов, порядок составления бюджетов отдельных предприятий, а также консолидированного бюджета холдинга в целом;

– организация бюджетного процесса, которая состоит из распределения полномочий и ответственности для достижения бюджетных целей, бюджетные регламенты по формированию, корректировке и анализу исполнения бюджета» [1].

Формирование консолидированного бюджета представляет собой отдельный процесс и включает в себя определенную последовательность процедур.

Весь процесс формирования консолидированного бюджета можно разбить на ряд взаимосвязанных этапов:

1) подготовка информационных запросов – предполагает определение объема требуемой информации, анализ минимально необходимой для трансформации отчетности совокупности данных, разработку форм информационных запросов;

2) получение от участника группы регламентированных бюджетов (прогнозный баланс, бюджет доходов и расходов, бюджет движения денежных средств) и специальных форм, раскрывающих внутригрупповые обороты дочерних организаций;

3) проверка данных – определение контрольных точек сверки данных с привлечением различных служб организаций, входящих в консолидированную группу,

контроль за правильностью заполнения форм запросов путем проверки соответствия аналитических и синтетических показателей бюджетов, оценка ее на внутреннюю непротиворечивость;

4) формирование актов сверки расчетов между организациями круга консолидации и бюджетов по внутригрупповым операциям, выявление и согласование разногласий по выявленным разницам;

5) корректировка показателей бюджетов на суммы выявленных разниц, подлежащих исключению из консолидированного бюджета;

6) расчет нереализованной прибыли, которая приходится на остаток активов;

7) элиминирование внутригрупповых операций;

8) подготовка итогового варианта консолидированного бюджета, очищенного от внутригрупповых операций, заключительный анализ сформированного консолидированного бюджета, выявление и исправление ошибок [5].

Целью бюджетирования в холдинге является создание инструментария для планирования, управления и контроля эффективностью финансово-хозяйственной деятельностью и ликвидностью холдинга, основанном на систематическом планировании развития путем составления бюджетов.

Субъект бюджета – структурная единица холдинговой компании, разрабатывающая бюджет и составляющая отчет об исполнении бюджета. Субъектом бюджета может являться: холдинговая компания; дивизионы холдинга, предприятия, входящие в холдинг.

Работа бюджетной системы направлена на обеспечение:

– экономической эффективности через контроль и ограничение потребления подразделениями ресурсов предприятий холдинга;

– приемлемого уровня совокупного объема обязательств предприятий холдинга;

– сбалансированности поступления и использования финансовых ресурсов путем контроля совокупных финансовых потоков.

Любая бюджетная система включает в себя:

а) бюджет доходов и расходов – содержит показатели для планирования результатов хозяйственной деятельности предприятий;

б) бюджет движения денежных средств – позволяет прогнозировать денежные потоки и управлять платежеспособностью и ликвидностью предприятий;

в) прогнозный баланс (баланс по бюджетному листу) – дает возможность прогнозировать имущественное состояние предприятий на конец планируемого периода.

В табл. 1 представлен пример построения процесса бюджетирования в компаниях холдингового типа.

Таблица 1 – Пример построения процесса бюджетирования в холдинговых

компаниях

Стадии бюджетирования	Этапы бюджетирования
Стадия 1. Разработка бюджетной модели	Определение миссии компании и его стратегической концепции развития
	Изучение структуры компании, схемы организационных структур и модели управления
	Описание основных бизнес-процессов
	Разработка оптимальной организационно-правовой структуры холдинга
Стадия 2. Формирование бюджетной системы	Разработка финансовой структуры компании
	Организация финансового управления
	Формирование структуры и иерархии бюджетов, определение временных параметров бюджетов
	Определение контура консолидации бюджетов
Стадия 3. Постановка процедуры бюджетирования	Разработка единой учетной политики
	Автоматизация учета и управления
	Разработка бюджетных регламентов
	Разработка процедур исполнения и корректировки бюджетов

Таким образом, внедрение бюджетирования в холдинге направлено на выполнение таких задач, как реализация стратегических планов объединения, моделирование возможных сценариев развития компании, контроль и сопоставление с планами холдинга текущей деятельности компании, а также успешно встраивать новые компании в структуру холдинга.

К проблемам бюджетирования компаний холдингового типа отнесем:

- поддержание роста требует увеличения объема внешних заимствований;
- ухудшение управляемости финансовой системы компании, падает информационная связанность группы и финансовая дисциплина;
- падение эффективности использования денежных средств, увеличение кассовых разрывов.

Построение системы бюджетирования не решает всех проблем управления финансами в холдинге. Необходимы контроль исполнения бюджетов, сопоставление фактических показателей с запланированными, анализ выявленных отклонений.

Ключевыми точками оценки эффективности взаимодействия организаций в холдинге является сравнительный анализ отклонений фактических показателей консолидированной отчетности группы и входящих в нее организаций от

запланированных. Он проводится для определения синергетического эффекта от объединения и для оценки инвестиционной привлекательности [6].

Зарубежные разработки в области бюджетирования не учитывают особенностей развития национальной экономики, и поэтому не могут внедряться без адаптации и модификации. Для совершенствования бюджетирования в компаниях холдингового типа предпочтительна оценочно-премиальная система, в основе которой лежит контроль основных финансово-экономических показателей в рамках бизнес-плана холдинга, бюджетирование его целевых мероприятий и капиталовложений, а также функционирование оценочно-премиальной системы компании.

В холдинговых компаниях целесообразно применение более гибкой системы бюджетного планирования со встроенным механизмом оценки поощрения и стимулирования. Особое внимание важно уделить оценочно-премиальной системе холдинга, процессу калькулирования премий топ-менеджеров, а также фондам и бюджетам всех уровней с учетом фактической результативности бизнеса и реальных условий компании.

Таким образом, бюджетирование в холдинговых компаниях необходимо для координации всех сторон деятельности и усилий всех подразделений на достижение намеченных результатов и обеспечение высокой эффективности деятельности. Общие принципы системы бюджетирования, отражающие модель ее эффективного построения, должны включать принципы декомпозиции целей, соответствия, целостности, приоритетности, причинности, ответственности, постоянства целей. Основными параметрами для оценки эффективности процесса бюджетирования холдингов (как агрегирующая характеристика) должны стать оценка инфраструктуры системы бюджетирования и оценка инструментария системы бюджетирования.

Список литературы

1. Базайкина М.В., Фадеева Е.Н. Учетное обеспечение процесса бюджетирования в холдингах//Экономика и бизнес: теория и практика. – 2016. – № 1. – С. 24.
2. Блюм М.А. Внедрение системы бюджетирования на коммерческом предприятии//Вестник научных конференций. – 2016. – № 5-5 (9). – С. 39-47.
3. Давнис В.В. Экономический анализ бюджетов в многопрофильном холдинге/Давнис В.В., Купрюшина О.М. //Экономический анализ: теория и практика. – 2015. - №13. – С.65.

4. Колесник В.Я. Особенности организации бюджетирования в холдингах//Финансы и учет. – 2015. – № 3 (29). – С. 16-20.
5. Корнеева Т.А., Светкина И.А. Элиминирование внутригрупповых оборотов холдинга при бюджетировании//Известия Института систем управления СГЭУ. – 2015. –№ 2 (12). – С. 66.
6. Костенко А.С., Деникаева Р.Н. Бюджетирование как инструмент финансового планирования на предприятии//Вестник научных конференций. – 2016. – № 6-4 (10). – С. 64-66.
7. Лобковская О.З., Жабер Г.И. Проблемы организации и направления совершенствования бюджетирования на российских предприятиях//Вестник Международной академии системных исследований. Информатика, экология, экономика. – 2016. – Т. 18. – № -2. – С. 41-45.
8. Снегирева М.И. Анализ бюджетов в многопрофильном холдинге//Новая наука: Теоретический и практический взгляд. – 2016. – № 4-1 (75). – С. 169-171.

**СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ФИНАНСОВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИИ WAL-MART STORES И ЕЁ КОНКУРЕНТОВ
НА ОСНОВЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ МИРОВЫХ РЕЙТИНГОВ**

Куприяшина Н.А.

магистрантка 1 курса программы «Международный учет, анализ и аудит» Московского
Государственного института международных отношений (МГИМО МИД России)
г. Москва

В настоящее время компания Wal-Mart Stores, Inc. является ключевым игроком на мировом рынке розничной торговли. Будучи достаточно молодой (дата основания – 1962 г.), эта компания подчинила себе огромные территории, обошла по всем показателям финансовой деятельности другие крупные компании сферы розничной торговли и даже способна конкурировать по основным показателям её финансово-хозяйственной деятельности с крупнейшими предприятиями нефтеперерабатывающей и автомобильной промышленности. Согласно данным за 2014 год, общий объем продаж компании составил свыше 465 млрд. долл., а по показателям 2015 года – 483 млрд. долл. [7].

Длительная и успешная деятельность компании Wal-Mart как в Соединённых Штатах Америки, так и в других странах, сделала её одной из влиятельнейших

коммерческих организаций в мире. Соответственно, для понимания происходящих на мировом рынке процессов необходим регулярный комплексный анализ деятельности этой мощной мировой коммерческо-финансовой структуры; её экономические показатели представляют большой интерес для мирового сообщества и находят отражение в большом числе различных мировых рейтингов. По этим рейтингам, основанным, главным образом, на материалах финансовой отчетности компаний, можно сравнить Wal-Mart с конкурентами и сделать выводы о сильных и слабых сторонах компании. Кроме того, рейтинги позволяют сопоставить показатели крупнейших компаний в различных областях их деятельности, чтобы определить общую степень влияния компании на мировой рынок.

Наиболее известными и авторитетными являются рейтинги «Reuters», «Forbs», «Fortune 500» и «Global 500». Так, согласно данным Reuters, основными конкурентами Wal-Mart (WMT.N) среди публичных компаний являются Costco Wholesale Corporation (COST.OQ), BJ's Wholesale Club, Inc. (BJ.N), Target Corporation (TGT.N), Amazon.com, Inc. (AMZN.OQ), Best Buy Co Inc (BBY.N), Sears Holdings Corp (SHLD.OQ), Macy's, Inc. (M.N) и Dollar Tree, Inc. (DLTR.OQ) [8].

Широкой известностью пользуется рейтинг Forbes “The World’s Biggest Public Companies”[9]. В соответствии с этим рейтингом, Wal-Mart занимает 16-е место в мире. Данная оценка является синтетической и основана на доходах и прибыли компаний, а также стоимости их активов. Согласно данным этого рейтинга, компания занимает первое место в мире по объёму продаж. При этом, по суммарной стоимости активов компания занимает лишь 135-ое место. Величина рыночной капитализации компании превышает отметку в 261 млрд. долларов. Отмечается, что “Walmart” входит в список самых дорогих брендов мира (20-ое место).

Упомянутая Costco Wholesale занимает в данном рейтинге 200-ое место и также отличается повышенным объёмом продаж: 46-ое место (115 млрд. долларов, более чем в 4 раза меньше, чем у Wal-Mart); пропорционально ниже у неё показатель рыночной капитализации — около 67 млрд. долларов. Компания BJ's Wholesale Club не входит в данный рейтинг. А компания Target занимает в нем 534-ое место — она обладает той же характерной особенностью, а именно: большим объёмом продаж (104-ое место) при низкой стоимости активов (592-ое место); рыночная капитализация Target — порядка 53 млрд. долларов.

565-ое место занимает компания Best Buy, с капитализацией на уровне всего лишь 13 млрд. долларов и тем же соотношением продаж и активов; На 1012-ом месте находится Dollar Tree, а компании Sears Holdings и Macy's Inc занимают 1355-ое и 411-ое место

соответственно. Здесь важно отметить также отсутствие в рейтинге известного конкурента Wal-Mart в сегменте Интернет-ритейла — Amazon.com.

В целом, можно сделать вывод, что очерченный Reuters круг конкурентов Wal-Mart не способен к эффективной конкуренции с ней в глобальном масштабе. Суммарная рыночная капитализация всех этих компаний, взятая вместе, составляет лишь около 50% от капитализации Wal-Mart. Занимая 16-ое место в рейтинге крупнейших компаний мира *по всем отраслям*, она прочно закрепилась на первом месте в своём сегменте (“Discount Stores”), опережая ближайшего конкурента Costco по показателям более, чем в 4 раза.

Сводные данные по конкурентам на основе рейтинга Forbes приводятся в Таблице 1.

Таблица 1

Положение Wal-Mart и его основных конкурентов
в соответствии с рейтингом Forbes

Компания	Место в рейтинге Forbes	Объём продаж (место)	Активы (место)	Капитализация (млрд. долларов)
Wal-Mart Stores, Inc.	16	1	135	261
Costco Wholesale Corp..	200	46	718	67
Target Corp.	534	104	592	53
Best Buy Co Inc	565	219	1355	13
Sears Holdings Corp.	1355	305	1497	4
Macy's, Inc.	411	331	1029	23
Dollar Tree, Inc.	1012	1111	-	16

Источник: составлено автором на основе The World's Biggest Public Companies // Forbes [электронный ресурс]. URL: <http://www.forbes.com/>

Анализ рейтинга Fortune 500, который строится на основе общей выручки, получаемой компаниями Соединённых Штатов Америки в течение финансового года, показывает, что Wal-Mart занимает в данном рейтинге первое место с показателем общей выручки свыше 485 млрд. долларов [10]. На втором месте находится крупнейшая в мире нефтяная компания Exxon Mobil — 382 млрд. долларов (с негативной динамикой). На третьем месте — нефтяная компания Chevron (203 млрд. долларов, также с негативной динамикой).

В рамках категории “General Merchandisers” ближайшими конкурентами Wal-Mart являются Target (36-ое место, общая выручка 74 млрд. долларов), Sears Holdings (99-ое место, 31 млрд. долларов; резко негативная динамика) и Macy's (105-ое место; 28 млрд. долларов). В категории “Internet Services and Retailing” конкуренцию Wal-Mart составляет Amazon.com с суммарной выручкой свыше 88 млрд. долларов (29-ое место и

положительная динамика). В секторе “Food and Drug Stores” ощутимую конкуренцию Wal-Mart также составляет компания Kroger — крупнейший оператор американских супермаркетов, занимающий 20-ое место в рейтинге с результатом выручки в 108 млрд. долларов и положительной динамикой этого показателя.

Рейтинг “Fortune 500” включает только компании, зарегистрированные и осуществляющие свою деятельность на территории Соединённых Штатов Америки. Для изучения целостной картины рынка и конкурентов Wal-Mart необходимо рассмотреть дополнительный рейтинг — Global 500, включающий крупнейшие компании со всего мира [11].

В рамках данного рейтинга, Wal-Mart удерживает за собой первое место. Второе и третье занимают нефтяные компании: китайская Sinopec Group (446 млрд. долларов) и Royal Dutch Shell (431 млрд. долларов) со штаб-квартирой в Нидерландах. Эти компании уступают Wal-Mart лишь на 1~2% суммарной выручки, но не являются его прямыми конкурентами.

В категории “General Merchandisers” сильнейшими конкурентами Wal-Mart выступают China Resources National (115-ое место и 74 млрд. долларов суммарной выручки с положительной динамикой) и AEON (147-ое место и 65 млрд. долларов). На 54-ом месте располагается упомянутая ранее Kroger. Из приведенных данных видно, что показатели этих компаний уступают показателям Wal-Mart, по меньшей мере, в пять раз. В смежной области “Food and Drug Stores” можно выделить британскую Tesco (62-ое место; 101 млрд.), французскую Carrefour (64-ое место; 101 млрд.) и немецкую Metro (97-ое место; 85 млрд.). Соответственно, и здесь можно сделать вывод, что разница в показателях в 4-5 раз не позволяет этим компаниям составить конкуренцию Wal-Mart в глобальном масштабе. Крупный конкурент Wal-Mart в области Интернет-торговли Amazon.com занимает в этой категории 88-ое место.

Одним из наиболее актуальных направлений в развитии розничной торговли в современных условиях является широкое использование телекоммуникационных технологий, что в значительной степени сводится к созданию и поддержанию той или иной формы Интернет-магазина. Доля выручки компаний, приходящаяся на эту сферу деятельности, стремительно возрастает.

Большой интерес представляет и анализ сферы электронной торговли (e-retail). В отчёте, опубликованном компанией Deloitte, приводится рейтинг 50 крупнейших компаний в области e-retail (по данным за 2014 финансовый год) [12]. В этом рейтинге Wal-Mart Stores, Inc. занимает 4-ое место с суммарной выручкой около 12 млрд. долларов. Лидируют Amazon.com (70 млрд.) и Apple Inc. (20 млрд.), на третьем месте китайский

сервис прямых продаж JD.com с выручкой 17 млрд. долларов. Из упомянутых ранее конкурентов Wal-Mart на высоких позициях рейтинга находятся Tesco и Macy's Inc. (6-ое и 7-ое места) с суммарной выручкой 6 и 5 млрд. долларов соответственно. По указанным данным можно сделать вывод, что в рамках электронной торговли Wal-Mart пока не способен занять лидирующие позиции, и отстает от лидера по основным показателям в несколько раз. С учётом высокого темпа роста данной отрасли, этот разрыв будет только увеличиваться, если Wal-Mart не примет срочные меры к расширению своей деятельности в пространстве телекоммуникационных услуг. Более слабые конкуренты — Tesco Plc и Macy's Inc. в настоящее время отстают по суммарной выручке всего вдвое, что нельзя считать непреодолимым разрывом. Таким образом, в области e-retail у компании Wal-Mart есть несколько сильных конкурентов и для получения преимущества над ними требуются расширение зоны присутствия и масштабные инвестиции в инновационные технологии.

Сводные показатели компании Wal-Mart и ее основных конкурентов по всем упомянутым рейтингам обобщим в Таблице 2. Помимо места, занимаемого каждой из компаний в рейтинге, приведем и рассчитанный нами процент выручки данной компании относительно лидера по данному показателю.

Таблица 2

Место Wal-Mart и его конкурентов в рейтинговых списках крупнейших мировых компаний (2013-2014 гг.)

Компания	Forbes “Global 2000”	Fortune “Fortune 5000”	Fortune “Global 5000”	Выручка (в процентах от лидера рынка)	Deloitte “Top 50 E- Retailers”	Выручка (в процентах от лидера рынка)	
Wal-Mart Stores, Inc.	16	1	1	100	4	17	
Costco Wholesale Corp..	200	18	52	23	16	4	
Macy's, Inc.	411	105	421	6	7	8	
Target Corp.	534	36	117	15	33	3	
Best Buy Co Inc.	565	72	262	9	13	5	
Dollar Tree, Inc.	1012	330	—	2	—	—	
Sears Holdings Corp.	1355	99	383	6	19	4	
Amazon.com, Inc.	—	—	29	88	18	1	100
Metro AG			97	18	31	3	
Carrefour			64	21	36	2	
Tesco PLC			62	21	6	9	
Kroger			54	22	—		
China Resources National			115	15	—		
AEON			147	13	—		

Источник: составлено автором на основе рейтинговых списков Fortune, Forbes, Deloitte

На основе приведенных в таблице 2 данных, можно сделать вывод, что в рамках традиционной розничной торговли у компании Wal-Mart отсутствуют сильные конкуренты как в пределах Соединённых Штатов Америки, так и в мире. Существует ряд компаний, способных к локальной конкуренции с Wal-Mart, среди них Costco Wholesale, Metro, Carrefour, Kroger, Tesco PLC. Однако, лишь суммарная выручка всех названных компаний может сравниться с показателями Wal-Mart, что делает полноценную конкуренцию невозможной.

Принципиально отличается ситуация на рынке электронной торговли. В этом секторе Wal-Mart неспособен в настоящее время и в ближайшем будущем претендовать на позицию лидера, на которой прочно закрепились компания Amazon.com. Выручка Интернет-магазина Walmart.com на данный момент приблизительно на 83% ниже. Ожидаемый в ближайшие годы быстрый рост именно данной отрасли ставит под сомнение лидерство Wal-Mart в области розничной торговли в долгосрочной перспективе.

Список литературы

1. Бернстайн Л.А. Анализ финансовой отчетности: теория, практика и интерпретация: пер. с англ. / науч. ред. перевода И.И.Елисеева; гл. редактор проф. Я.В.Соколов. – М.: Финансы и статистика, 2010. – 624с.
2. Григорук Н.Е., Галкин С.А. «Актуальные вопросы внедрения международных стандартов в статистику внешней торговли России» - «Вестник МГИМО-Университета», 2015, №1 (40), с. 121-127.
3. Григорук Н.Е. «Роль международных организаций в совершенствовании системы статистической информации о внешнеэкономической деятельности» - в сборнике «Россия в европейском и мировом информационном пространстве» //под редакцией Симоновой М.Д.// Материалы международной научно-практической конференции. М., «МГИМО-Университет», 2014, с. 68-81.
4. Григорук Н.Е. «Международная практика статистического учета услуг во внешнеэкономической деятельности» - «Вопросы статистики», научно-информационный журнал, 2015, №2, с. 79-88.
5. Григорьева С.В., Лихачев О.Б. «Списки крупнейших мировых компаний – возможности макро- и микроэкономического анализа» - в сборнике «Россия в европейском и мировом информационном пространстве» //под редакцией

- Симоновой М.Д.// Материалы международной научно-практической конференции. М., «МГИМО-Университет», 2014, с. 127-145.
6. Лихачев О.Б. – «Экономический анализ в условиях мирового рынка: проблемы, возможности, противоречия» - в сборнике научных статей «Роль и значение учетно-статистической информации в экономическом анализе»//под редакцией Н.Е. Григорук и О.Б. Лихачева – М.: «МГИМО-Университет»
 7. Wal-Mart: Annual Report 2015, 2014
 8. Wal-Mart Stores, Inc. // Reuters [электронный ресурс]. URL: <http://www.reuters.com/finance/stocks/overview?symbol=WMT.N>
 9. The World's Biggest Public Companies // Forbes [электронный ресурс]. URL: <http://www.forbes.com/global2000/list>
 10. Fortune 500 (61st pass) // Fortune.com [электронный ресурс]. URL:<http://fortune.com/fortune500/>
 11. Global 500 (61st pass) // Fortune.com [электронный ресурс]. URL: <http://fortune.com/global500/>
 12. Global Powers of Retailing 2016 // Deloitte [электронный ресурс]. URL: <http://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/global/Documents/Consumer-Business/gx-cb-global-powers-of-retailing-2016.pdf>

УРОВЕНЬ ОБРАЗОВАНИЯ НАСЕЛЕНИЯ, КАК СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ПОКАЗАТЕЛЬ НАЦИОНАЛЬНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РЕГИОНА

Левина Т.А., Дмитриев В.И.

Рязанский Государственный Радиотехнический Университет, г. Рязань

В настоящее время одним из основных показателей уровня жизни населения является уровень образования.

Образование – одно из важнейших составляющих показателя «качество жизни», который, в свою очередь, позволяет определить условия и характеристики жизни человека, основанные на его собственной степени удовлетворённости этими условиями и характеристиками. Качество жизни в отдельно взятом государстве тем выше, чем выше уровень образования населения данной страны. Но это лишь один из факторов, влияющих на качество жизни.

Уровень образования характеризует реальные и потенциальные возможности общества, государства, каждого отдельного человека жить достойно и свободно. Образование и его уровень есть стратегический показатель мощности любого государства.

Для оценки уровня образования стоит проанализировать грамотность населения страны.

Грамотность – это владение человеком навыками письма и чтения на родном для него языке. Как правило, грамотным называют человека, умеющего читать и писать на каком-либо языке. В статистике под грамотностью понимается способность человека прочитать, понять и написать короткий простой текст, касающийся его повседневной жизни. Уровнем грамотности взрослого населения называют долю грамотных людей в возрасте от 15 лет. В России данные о грамотности населения собирают во время переписи населения. Последние изучения грамотности в рамках переписи проходили в 1989, 2002 и 2010 годах. Анализ данных будет проведён именно на основе этих трёх переписей.

В данном параграфе мы рассмотрим три различных показателя:

- 1) Процент грамотных людей среди взрослого населения России (лица от 15 лет и старше);
- 2) Процент грамотных людей среди молодёжи (лица в возрасте от 15 до 24 лет);
- 3) Процент грамотных людей среди пожилого населения (лица в возрасте от 65 лет).

Таблица 1.

Доля грамотных среди взрослого, молодого и пожилого населения

Год	1989	2002	2010
Доля грамотных среди взрослого населения, %	98,0	99,4	99,7
Доля грамотных среди молодёжи, %	99,7	99,7	99,7
Доля грамотных среди пожилого населения, %	87,0	97,6	99,2

За 21 год доля грамотных людей выросла на 1.7%. Индекс грамотности приблизился к 100%, что является очень хорошим показателем. Подавляющим большинством неграмотных людей являются пожилые люди, детство которых проходило в сельской местности ещё в далёкие времена, когда не всех детей отдавали в школы. Но всё же, количество неграмотных людей в нашей стране крайне ничтожно, поэтому можно говорить о том, что Россия является одной из стран-лидеров в рейтинге грамотности населения нашей планеты.

Среди молодых людей в возрасте от 15 до 24 лет процент грамотных стабильно высокий и значительно не изменился на протяжении одиннадцати лет. Это связано, прежде всего, с развитием системы образования. В 1989 году образование в СССР было одним из лучших в мире. После 90-х годов система образования РФ в мировом рейтинге откатилась назад, но уровень грамотности молодёжи остался на высоком уровне, что говорит о высоком уровне начального образования.

Процент грамотных среди пожилых людей в 1989 году значительно ниже общего процента грамотности и грамотности молодёжи. Причины такой разницы описаны выше. Однако, через 13 лет грамотность возросла на 10,6%. Это очень положительная динамика. А к 2010 году доля грамотных в возрасте 65 лет и старше почти сравнялась с общей долей грамотности и составила 99,2%. Поэтому можно сделать вывод о том, что в настоящее время среди любой возрастной группы населения будет примерно одинаковое соотношение грамотных и неграмотных людей.

Проведём анализ количества образовательных организаций высшего образования и количества студентов всех форм обучения в них.

Таблица 2.

Образовательные организации высшего образования и количество студентов всех форм обучения в них

Годы	Число образовательных организаций	В них студентов – всего, тыс. чел.	В том числе обучавшихся на отделениях			
			Очных	Очно-заочных (вечерних)	Заочных	Экстернат
2012	1046	6073,9	2721,0	229,6	3053,3	70,0
2013	969	5646,7	2618,8	189,2	2783,9	-
2014	950	5209,0	2575,0	158,5	2475,5	-
2014 год в % к 2012, %	90,82	85,76	94,63	69,03	81,08	

В настоящее время политика государства в сфере образования изменилась. В 2010 году Министерство Образования и Науки разработало критерии оценки деятельности высших учебных заведений и их филиалов. Это было сделано с целью оптимизации их количества и, как следствие, повышения качества образования в стране. В последние несколько лет количество ВУЗов сокращается. По данным Росстата в 2013 году в РФ было 969 высших учебных заведений (из них 578 – государственные и муниципальные, 391 – частные). В 2014 году тренд на дальнейшую оптимизацию сохранился. Общее количество ВУЗов сократилось до 950 учреждений. При этом число государственных и

муниципальных заведений уменьшилось до 548, а число частных ВУЗов, напротив, выросло до 402. Число образовательных организаций за два года сократилось почти на 10%, а число студентов почти на 15%. При этом число заочников сократилось на 18,92%, число студентов вечерней формы обучения сократилось более чем на 30%, а количество очников сократилось всего на 5,37%.

Число учащихся в высших учебных заведениях сокращается на протяжении последних нескольких лет. Это конечно же связано с уменьшением количества образовательных учреждений. При этом студентов стало меньше как в государственных и муниципальных учебных заведениях, так и в частных. За 2 года численность студентов сократилась более чем на 800 тысяч человек. Остаётся надеяться, что при этом возросло качество образования.

Самыми популярными формами обучения являются очная и заочная. На протяжении 2012/13 и 2013/14 учебных годов число заочно обучающихся студентов превышало число очников. Стоимость заочного обучения, как правило, гораздо дешевле очного, к тому же даёт возможность студенту найти постоянную работу, поэтому многие выбирают именно этот тип обучения в ВУЗе. В основном заочное отделение выбирают выпускники колледжей и техникумов, а также люди, получающие второе или последующее высшее образование. Но в 2014/15 учебном году ситуация изменилась. Впервые за несколько лет число обучающихся по очной форме обучения превысило число заочников, даже несмотря на то, что в число заочников теперь входят студенты, которые обучаются экстернатом. С 2013/14 учебного года в соответствии с Федеральным законом "Об образовании в Российской Федерации" от 29.12.2012 № 273-ФЗ экстернат входит в заочную форму обучения, поэтому данные за 2014/15 учебный год не представлены в таблице.

Далее проанализируем долю студентов среди населения РФ.

Таблица 3.

Количество студентов по отношению к общему числу населения

Годы	2012	2013	2014	2014 год к 2012, %
Количество студентов, приходящееся на 10000 человек населения	494	393	356	72,06

Доля студентов, обучающихся по программам высшего профессионального образования, в числе населения страны также неуклонно сокращается последние несколько лет. За два года число студентов, приходящихся на 10000 человек населения,

сократилось на 138 человек. По сравнению с 2012 годом в 2014 году произошло снижение доли студентов среди населения на 27,94%. Это довольно значительное сокращение, которое соответствует общей динамике сокращения высших учебных заведений и количества студентов в них.

Таблица 4. Образовательные организации среднего профессионального образования и количество студентов всех форм обучения в них

Годы	Число образовательных организаций	В них студентов – всего, тыс. чел.	В том числе обучавшихся на отделениях			
			Очных	Очно-заочных (вечерних)	Заочных	Экстернат
2012/13	2981	2087,1	1608,2	48,3	422,6	8,1
2013/14	2709	1984,3	1557,5	45,9	380,9	-
2014/15	2909	2103,1	1674,7	45,8	382,6	-
2014/15 год в % к 2012/13, %	97,58	100,77	104,14	94,82	90,53	

Динамика числа образовательных учреждений среднего профессионального образования не такая равномерная, как у числа ВУЗов. В 2013 году произошло довольно большое сокращение численности организаций. А в 2014 году, напротив, их количество увеличилось. Увеличение произошло как среди государственных и муниципальных образовательных учреждений, так и среди частных. Динамика количества учащихся соответствует динамике количества образовательных учреждений. В 2013 году количество студентов уменьшилось по сравнению с 2012 годом. В 2014 же году, в связи с набором популярности среднего специального образования в стране, количество студентов увеличилось. Главным отличием от высшего образования является то, что среднее специальное образование подавляющее большинство студентов получают, обучаясь очно. Только 18-20% обучающихся выбирают заочное отделение. Такое распределение объясняется тем, что основу таких студентов составляют выпускники школ, решившие продолжить образование в ССУЗе вместо 10-11 классов. Для них очное отделение – лучший выбор, так как у них нет необходимого образования для того, чтобы одновременно работать на постоянной работе и учиться заочно.

В целом можно сказать, что образование в РФ находится на высоком уровне. Почти все люди, проживающие в стране, являются грамотными. Но продолжается реформирование системы образования, что сказывается на его качестве. Качество образования в любой стране определяет место этой страны в мире. Чем больше людей у

нас будет успешно заниматься научной деятельностью, тем больше мировых разработок и открытий появится благодаря нашей системе образования.

Список литературы

1. Спирина, А.А. Общая теория статистики: Учебник под ред. А.А. Спирина, О.Э. Башиной. – М:Финансы и статистика, 2011. – С. 323.
2. Рабинович, П.М. Некоторые вопросы статистического исследования структуры социально-экономических исследований//Вестник статистики, -2012. №10. – С. 18-24.
3. Российский статистический ежегодник. 2013. Статистический сборник. – М.: Госкомстат России. 2010. – С. 617
4. Российский статистический ежегодник 2014. Статистический сборник. – М.: Госкомстат России. - С. 628
5. Федеральный закон «Об образовании» [электронный ресурс]: федер. Закон от 29.12.2012 №273-ФЗ ред. от 13.07.2015. – Режим доступа: КонсультантПлюс

СЕКЦИЯ №5.

МАТЕМАТИЧЕСКИЕ И ИНСТРУМЕНТАЛЬНЫЕ МЕТОДЫ ЭКОНОМИКИ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.13)

ЭКОНОМЕТРИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ В РЕШЕНИИ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ ЗАДАЧ

Дроботун М.В.

Уральский государственный экономический университет,
г. Екатеринбург

Целью решения любой управленческой задачи является необходимость достижения максимальных результатов при минимальных затратах ресурсов. В условиях кризисной экономики, когда дефицитность ресурсов (человеческих, финансовых и пр.) повышается, это становится особенно актуальным.

При распределении ресурсов важно учитывать, как именно расходуются, предоставленные ресурсы и то, как количественно ресурса потрачено ресурсы и к каким результатам это привело.

Помимо этого крайне важной становится функция контроля. Без понимания того как расходуются ресурсы невозможно установить критерии качества выполняемой работы. В конечном итоге важен не только результат, но и те усилия, которые затрачены для его достижения. В большинстве случаев одну и ту же задачу можно решить различными способами. Однако, в одном случае будет сэкономлена ресурсная база и появится возможность потратить сэкономленные средства на решение других задач, а в другом случае эти ресурсы будут истрачены полностью и вне зависимости от результата исключается возможность вложить средства в другие перспективные направления развития.

Проблема контроля за расходом ресурсов особенно остро стоит в России. Проблема коррупции и неэффективного использования целевых средств значительно препятствует достижению значимых результатов в экономике, лишая страну конкурентоспособности на мировом рынке.

В решении задачи контроля и поиска эффективных решений управленческих задач особую роль играет математический подход к оценке ресурсов и результатов. Необходимо найти взаимосвязь между объемом затрат и полученным результатом. Крайне важно определить математическую оценку, которая отсечет возможность субъективного анализа различных экспертов, позволяя с большой вероятностью указать, какие именно результаты будут возможны в конкретной экономической ситуации.

В рамках выбора математических моделей взаимосвязи ресурсов и результатов их использования наиболее результативными являются методы корреляционно-регрессионного анализа. Эти методы позволяют не только оценить наличие взаимосвязи между определенными показателями, но и позволяют создать математическую модель, которую можно использовать для прогнозирования и оценки эффективности.

Предположим, при строительстве многоквартирного дома существует возможность оценить ресурсы – количество рабочих, бетона, кирпича, цемента, затрат электроэнергии, время работы подъемного крана и т.д., – которые необходимы для выполнения данного проекта. Все эти ресурсы имеют количественные оценки. Так же существует возможность оценить количественно результаты выполнения нашего проекта, такие как срок, количество жилой и нежилой площади, время до первого капитального ремонта и др., сравнивая выполняемый проект с уже законченным аналогичным проектом.

Безусловно, можно сделать простой вывод, что чем больше нанято рабочих, чем дороже цемент и выше стоимость закладки фундамента, тем лучше будет результат. Но этот вывод ошибочен, поскольку не учитывает факта эффективности расхода затраченных средств. Как было отмечено выше, понятие эффективности в определенной мере является

субъективным, параметры оценки размыты. Для решения этой проблемы можно воспользоваться простым сравнением. Практически всегда можно найти примеры эффективной реализации того или иного проекта. И если выбранный экспертно в качестве эталона проект позволил решить стоящие перед исполнителем задачи, то можно взять за аксиому, что ресурсы были потрачены на реализацию проекта эффективно. В этом случае необходимо перенести количественную оценку с одного проекта на другой. Но поскольку любой проект имеет свои особенности сделать это достаточно проблематично. Именно здесь и возникает необходимость использования эконометрических моделей, которые позволяют установить связь между ресурсами и результатами.

Решение этой непростой задачи следует проводить в несколько этапов.

Как показывает практика, сбор статистических данных является самым трудоемким и сложным процессом. На этом этапе выбираются факторы, которые согласно мнению экспертов, необходимо задействовать при анализе и по каким факторам имеется возможность собрать достоверный статистический материал для анализа. Часто бывает, что предварительно необходимо решать задачу мониторинга проекта, без которой тщательный анализ бесполезен.

Далее выполняется анализ собранных данных. На этом этапе речь идет не о математическом анализе, а об экспертном. Необходимо четко поставить задачу о необходимости сравнения конкретных данных, дабы сразу отсеять лишнее.

На этапе математического анализа строится и анализируется эконометрическая модель, построенная на основе собранных и проверенных статистических данных. Для проверки качества построенной модели проверяются ее основные характеристики. Рассчитываются коэффициент детерминации, показывающий объясненную регрессионной моделью долю разброса данных, скорректированный с учетом степеней свободы, показывающий долю разброса данных, объясненную включенными в модель факторами, проверяется выполнение статистических гипотез о достоверности влияния выбранных факторов на результативный показатель. Выполняется обоснование достаточности объема анализируемых данных для построения модели. Определяется статистика Дарбина-Уотсона, позволяющая оценить автокорреляцию остатков в построенной регрессионной модели. Модель проверяется на наличие гетероскедастичности. При необходимости из модели удаляются коррелированные факторы. Возможно включение в модель новых факторов.

После построения адекватной модели наступает наиболее ответственный этап исследования – экономическая интерпретация ее параметров и использование полученных результатов в практических целях. Здесь ориентируясь на полученную модель,

происходит расчет результатов, которые аналитик должен получить исходя из доступных ресурсов. Или же расчет количества необходимых ресурсов для достижения определенного результата.

Рассмотрим применение эконометрических моделей в управленческих задачах на конкретном примере.

Есть коммерческая организация, которая в рамках выполнения своих функций вынуждена использовать наемных работников в ночную смену. С целью улучшения условий труда было принято решение осуществлять доставку сотрудников на такси до дома и из дома на работу. При этом невозможно оценить количество сотрудников выезжающих от офиса в конкретное время, известно только количество сотрудников, которые используют эту услугу. Необходимо определить квартальные лимиты, с целью большей эффективности расходования денежных средств.

На первом этапе мы осуществляем сбор данных. В данном примере это просто, используется только стоимость поездки и количество сотрудников, которые были доставлены ночью, при этом выдвигается предположение, что нарушений по времени поездки нет, хотя в реальной ситуации это возможно. Эти данные просто получить, взяв у таксомоторной компании.

На втором этапе, проанализировав ситуацию, можно прийти к выводу, что единственным способом сократить расходы является увеличение заполняемости машин. В качестве норматива есть смысл рассматривать среднюю заполняемость в размере 2,5 человека на машину. Остается решить единственный вопрос – это вопрос контроля. В условиях неопределенности по времени окончания работы нельзя директивно ставить условие о заполняемости. Сотрудники должны сами координировать время ухода с работы, с условием оптимальной заполняемости машин. В этом случае критерием эффективности может быть общий уровень расходов, который приходится на перевозку всех сотрудников. Возникает проблема расчета финансовых средств, которые должна потратить компания на такси в условиях неопределенности по количеству сотрудников, выезжающих в определенное время.

Эта проблема может решаться с использованием эконометрического моделирования. Первое допущение, которое необходимо сделать – это то, что неважно сколько человек было в одной машине и неважно какой была стоимость поездки в конкретном случае. Должно соблюдаться главное условие – средняя заполняемость не может быть меньше, чем 2,5 человека на машину. В этом случае возникает возможность расчета предполагаемых затрат, при условии, что известно количество сотрудников,

которое необходимо перевезти. Если определить стоимость поездки при заполняемости 2,5 человека на машину, то дальнейший расчет общих затрат будет следующим.

$$Z = \frac{n}{2,5} \cdot S,$$

где Z – общая стоимость перевозки, n – количество сотрудников, воспользовавшихся услугами такси в ночное время, S – средняя стоимость перевозки одного человека.

Параметр n известен, для расчета параметра S необходимо построить регрессионную зависимость между количеством людей в машине и стоимостью поездки.

Для построения эконометрической модели существует многочисленное программное обеспечение (например, Excel), используя которое модель может построить любой пользователь. В итоге на базе полученной модели возникает возможность рассчитать сколько будет стоить перевозка одного сотрудника при условии заполняемости 2,5 человека на машину.

Список литературы

1. Кочкина Е.М., Радковская Е.В. Математические методы принятия решений на предприятиях мелкосерийного и индивидуального производства // Russian Journal of Management (2015). Vol. 3.
2. Кочкина Е.М. Эконометрические модели в анализе валового регионального продукта // Диспут плюс № 3 (3) март 2012.

ПРИМЕНЕНИЕ МАТЕМАТИЧЕСКИХ МЕТОДОВ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Кочкина Е.М.

Уральский государственный экономический университет,

г. Екатеринбург

Экономика как наука об объективных причинах функционирования и развития общества пользуется разнообразными количественными характеристиками, а потому вобрала в себя большое число математических методов. Современная экономика использует специальные методы оптимизации, теории игр, сетевого планирования, теории массового обслуживания и других прикладных наук.

Современный экономист должен знать основные экономические проблемы, при решении которых возникает необходимость в математическом инструментарии. Он

должен ориентироваться в экономической постановке задачи и определять по ней, в каком разделе экономико-математического моделирования следует искать средства ее решения, должен уметь формализовать экономическую задачу, т.е. описать ее с помощью известной математической модели, провести расчеты, получить количественные результаты, проанализировать эти результаты и сделать выводы, адекватные поставленной экономической задаче.

Условно методы принятия управленческих решений можно разбить на три группы: неформальные (эвристические), коллективные и количественные. В тех случаях, когда выбор наиболее рационального решения не является очевидным, целесообразно использовать количественные методы.

Принятие обоснованных экономических решений связано с постоянным поиском наиболее выгодного варианта распределения различного вида ресурсов: финансовых, трудовых, товарных, технических и других. В настоящее время усложнение взаимосвязей вне и внутри различных предприятий, наличие большого числа показателей, факторов и ограничений, а также быстрый рост конкуренции не позволяют сформировать оптимальный план без применения специальных методов, в число которых входят математические методы и модели.

Использование компьютеров освобождает экономиста от рутинной вычислительной работы по реализации математических методов, позволяет сконцентрировать свое внимание не на алгоритме вычисления, а непосредственно на анализе результатов моделирования, что существенно повышает результативность исследования.

Экономико-математическое моделирование позволяет получить принципиально новые решения, которые крайне затруднительно найти другими средствами. Изучение результатов решения математических моделей позволяет получить новую информацию об объекте и избежать в реальном развитии нежелательных явлений. Широкий круг задач, решаемых с помощью экономико-математических моделей, обуславливает необходимость классификации моделей для облегчения выбора необходимой модели в каждой конкретной ситуации.

В процессе экономико-математического моделирования необходимо определить цели и задачи исследования, выполнить анализ изучаемого объекта, сформировать математическую модель изучаемого объекта и выбрать адекватный метод исследования. На конечном этапе осуществляются обработка и анализ полученных результатов.

Среди математических моделей экономических процессов особое место занимают так называемые оптимизационные модели, с помощью которых среди

множества вариантов поведения выбирается наилучший (оптимальный) в том или ином смысле.

В качестве инструмента оптимизации наиболее часто используется математическое программирование (линейное, нелинейное, динамическое и т.п.), которое входит в арсенал методов исследования операций. Наиболее обобщенной моделью поиска оптимальных решений является общая задача математического программирования.

Рассмотрим оптимизационную модель, которая может использоваться в планировании деятельности малых и средних предприятий. Предположим, что необходимо составить годовой план сборки изделий с учетом имеющихся заказов на готовую продукцию. Величина спроса на готовую продукцию по кварталам составляет a , b , c и d соответственно. С учетом имеющихся мощностей предприятие может ежеквартально выполнять сборку m изделий. Издержки по сборке единицы изделия составляют k единиц стоимости.

Если предприятие организует двухсменный режим работы, то сможет собирать дополнительно еще n изделий. Однако сборка изделий во вторую смену окажется дороже и составит l единиц стоимости.

Следует учесть, что сборка изделия может производиться в одном квартале, а его реализация – в любом из последующих кварталов. В этом случае необходимо учесть издержки предприятия на хранение готовой продукции. Пусть хранение единицы изделия в течение квартала обходится предприятию в p единиц стоимости. Необходимо составить план производства, минимизирующий общие затраты на сборку и хранение изделий.

Одной из основных задач является выбор управляемых переменных, т.е. тех показателей, которые позволяют записать все ограничения, а их численные значения дают ответ на поставленный вопрос. В нашем случае организация производства предполагает необходимость определить количество единиц продукции, подготовленное к продаже. При этом следует учесть квартал и смену сборки реализуемых изделий, а также квартал поставки заказчику.

$\tilde{\sigma}_{ij}^k$ определяет количество изделий, собранных в квартале с номером i в смену k и реализованных в квартале с номером j .

В качестве цели поставлена задача минимизации затрат на сборку изделий и их хранение. У предприятия не всегда есть возможность реализовать готовую продукцию

в течение того квартала, в который выполнена сборка изделий, т.к. имеются ограничения по мощности предприятия.

Чтобы оптимально с позиции минимизации затрат организовать сборку и хранение готовых изделий составляется математическая модель, включающая целевую функцию (z) и систему ограничений. Переменные модели, исходя из экономического смысла, не могут принимать отрицательные значения. С учетом введенных обозначений, возможностей производства и реализации математическая модель имеет вид:

$$\begin{aligned}
 z = & k \cdot x_{11}^{(1)} + (k + p) \cdot x_{12}^{(1)} + (k + 2 \cdot p) \cdot x_{13}^{(1)} + (k + 3 \cdot p) \cdot x_{14}^{(1)} + \\
 & + l \cdot x_{11}^{(2)} + (l + p) \cdot x_{12}^{(2)} + (l + 2 \cdot p) \cdot x_{13}^{(2)} + (l + 3 \cdot p) \cdot x_{14}^{(2)} + \\
 & + k \cdot x_{22}^{(1)} + (k + p) \cdot x_{23}^{(1)} + (k + 2 \cdot p) \cdot x_{24}^{(1)} + \\
 & + l \cdot x_{22}^{(2)} + (l + p) \cdot x_{23}^{(2)} + (l + 2 \cdot p) \cdot x_{24}^{(2)} + \\
 & + k \cdot x_{33}^{(1)} + (k + p) \cdot x_{34}^{(1)} + \\
 & + l \cdot x_{33}^{(2)} + (l + p) \cdot x_{34}^{(2)} + \\
 & + k \cdot x_{44}^{(1)} + l \cdot x_{44}^{(2)} \rightarrow \min
 \end{aligned}
 \quad \left. \vphantom{\begin{aligned} z = & \dots \end{aligned}} \right\} \text{Целевая функция}$$

$$\left. \vphantom{\begin{aligned} x_{11}^{(1)} + x_{12}^{(1)} + x_{13}^{(1)} + x_{14}^{(1)} & \leq m, \\ x_{11}^{(2)} + x_{12}^{(2)} + x_{13}^{(2)} + x_{14}^{(2)} & \leq n, \\ x_{22}^{(1)} + x_{23}^{(1)} + x_{24}^{(1)} & \leq m, \\ x_{22}^{(2)} + x_{23}^{(2)} + x_{24}^{(2)} & \leq n, \\ x_{33}^{(1)} + x_{34}^{(1)} & \leq m, \\ x_{33}^{(2)} + x_{34}^{(2)} & \leq n, \\ x_{44}^{(1)} & \leq m, \\ \bar{d}_{44}^2 & \leq n. \end{aligned}} \right\} \text{Система ограничений}$$

Как видно из построенной модели, она относится к классу линейных и может решаться симплексным методом, который реализуется в большом количестве программного обеспечения (в частности надстройка «Поиск решения» в ППП Excel).

Среди задач линейного программирования можно выделить задачи, матрицы условий которых обладают определенными структурными особенностями. Особая структура ограничений часто позволяет существенно упростить общие методы линейного программирования применительно к специальным задачам. Среди специальных задач чаще других встречается так называемая транспортная задача. Рассматриваемая модель может быть сведена к транспортной задаче, что упростит не только процедуру решения, но и трактовку получаемых результатов.

В рассматриваемой ситуации может быть нарушен баланс производства и потребления, т.е. модель может являться открытой. Если предприятия берет на себя обязательное выполнение взятых заказов, то либо объем производства и потребления совпадут, либо возможный объем производства превысит объем потребления. В этом случае для получения закрытой модели вводится фиктивный пункт потребления с нулевыми значениями издержек. При необходимости запретить коммуникацию в транспортной таблице вводится необоснованно высокий тариф.

Безусловно, можно вводить в исходную модель дополнительные ограничения, которые обеспечат выполнение требуемых условий, но в этом случае усложняется как сама модель, так и трактовка получаемых результатов.

С учетом сказанного выше, можно сформировать таблицу для решения задачи в исходной постановке, преобразованной в транспортную.

		<i>I кв.</i>	<i>II кв.</i>	<i>III кв.</i>	<i>IV кв.</i>	<i>Фикт</i>	
<i>I кв.</i>	<i>1 смена</i>	k	$k+p$	$k+2p$	$k+3p$		m
	<i>2 смена</i>	l	$l+p$	$l+2p$	$l+3p$		n
<i>II кв.</i>	<i>1 смена</i>	$1\ 000\ 000$	k	$k+p$	$k+2p$		m
	<i>2 смена</i>	$1\ 000\ 000$	l	$l+p$	$l+2p$		n
<i>III кв.</i>	<i>1 смена</i>	$1\ 000\ 000$	$1\ 000\ 000$	k	$k+p$		m
	<i>2 смена</i>	$1\ 000\ 000$	$1\ 000\ 000$	l	$l+p$		n
<i>IV кв.</i>	<i>1 смена</i>	$1\ 000\ 000$	$1\ 000\ 000$	$1\ 000\ 000$	k		m
	<i>2 смена</i>	$1\ 000\ 000$	$1\ 000\ 000$	$1\ 000\ 000$	l		n
		a	b	c	d	$4 \cdot (m+n) - a - b - c - d$	

Рис. 1. Таблица исходных данных для решения стандартной транспортной задачи

Решение преобразованной задачи выполняется стандартно. Полученное решение позволит определить сколько изделий нужно собрать в каждом квартале, чтобы удовлетворить спрос с минимальными затратами, сколько компьютеров собирается в каждом квартале для сбыта в последующих кварталах, на сколько процентов используется мощность второй смены в каждом квартале и т.д.

Список литературы

1. Кочкина Е.М., Радковская Е.В. Математические методы принятия решений на предприятиях мелкосерийного и индивидуального производства // Russian Journal of Management (2015). Vol. 3.

2. Кочкина Е.М., Радковская Е.В., Дроботу М.В. Развитие международной торговли как один из факторов повышения конкурентоспособности региона // *Фундаментальные исследования*. – 2014. – № 5.

ВЕРОЯТНОСТНЫЙ ПОДХОД

Семяшкин Е.Г.

Студент первого курса Магистратуры Финансового университета при Правительстве РФ,
г Москва

Выбор той или иной модели, а также ее основных параметров определяется экономической характеристикой объекта исследования, объемов продаж, зависимостью от внешнего рынка, конъюнктуры отраслей и т.д. АО Роснефть является крупной нефтедобывающей компанией с ежегодным объемом добычи свыше 252 млн. т., выручка компании достигает 5,5 трлн. рублей, прибыль 350 млн. рублей, сумма только налоговых отчислений равна 3 трлн. Рублей. Численность персонала составляет почти 250 тыс. человек, компания экспортирует свыше 100 млн. т. нефти ежегодно. Перечисленные характеристики указывают на зависимость компании от внешней конъюнктуры, соотношения курса валют на национальном рынке и изменений налогового законодательства, то есть совокупности факторов, относящихся к систематическим рискам, поэтому наиболее приемлемой моделью для оценки акционерного капитала является модель дисконтирования денежного потока, её формула приведена в ниже.

$$V = \sum_{i=1}^5 \frac{FCFF_i + TS_i}{\prod_{j=1}^i (1+r_{Aj})} + \frac{IC_{TV}}{\prod_{j=1}^5 (1+r_{Aj})} \quad (1)$$

V -стоимость фирмы

TS_i –налоговый щит, определяемый на основе годовой процентной ставки по долгу;

$FCFF_i$ = свободные денежные потоки фирмы в i -ый год;

r_{Aj} – стоимость привлечения капитала фирмы в i -ый год;

IC_{TV} – инвестированный капитал в проект

Произведем исследование исходных данных –показателей компании Роснефть за 10 лет: с 2006 по 2015 год [28], и на их основе определим параметры (математическое ожидание и дисперсию) и вид распределения, экзогенных данных модели:

.Параметры распределения для доходности на собственный капитал

Во-первых определим параметры для r_{Aj}

Анализ исходных данных

Исходные данные о результатах деятельности компании за период 10 лет представлены в следующей таблице:

Таблица 4. Результаты деятельности компании Роснефть за период 10 лет

Показатель/год	2006	2007	2008	2009	2010
Долг (D)	487	549	622	558	14
Собственный Капитал (E)	1238	1350	1380	1515	1791
D/E	0,39337	0,40667	0,450725	0,36832	0,23116
Показатель/год	2011	2012	2013	2014	2015
долг (D)	509	602	1878	2467	1817
Собственный капитал (E)	2069	2322	3169	2881	2886
D/E	0,24601	0,25926	0,59262	0,8563	0,6296

Также известно, что t_c (налог на прибыль фирмы) = 20%; $t_B = 12,116\%$; $\beta_{\text{рочн}p[1]} = 1,14$; (коэффициент β для активов фирмы)

$$r_{f\text{год}i} = \frac{r_{1f} + r_{2f} + \dots + r_{kf}}{k}; \quad (2)$$

$i = 2006, 2007, \dots, 2015$, k – количество изменений ставки в i –ом году

где:

$r_{f\text{год}i}$ = доходность по безрисковому активу в i –ый год

Результаты расчета использования формулы (2) по исходным данным, приведены в табл.2 ниже:

Таблица 2. Динамика доходности по ГКО

Год	2006	2007	2008	2009	2010
Доходность по безрисковом у активу r_f , в %	3,160609	2,894907	3,851624	5,791864	5,820706

$$\text{ДОХОДНОСТЬ} = \frac{(P_1 - P_0 + d \times P_0)}{P_0} \quad (3)$$

$$r_M = \frac{r_{2004} + r_{2005} + \dots + r_{2015}}{n} \quad (4)$$

$$r_i = r_{f\text{год}i} + \beta_{\text{росн}} \times (r_{i(\text{PTC})} - r_{if}) \quad (5) \quad i = 2006, 2007, \dots, 2015$$

В связи с тем компания Роснефть использует для финансирования своей деятельности заемные средства, необходимо рассчитать безрычаговый коэффициент бета, для того чтобы более точно в последующем оценить стоимость привлечения собственного капитала

Таблица 4. Динамика стоимости привлечения собственного капитала

Показатель/год	2006	2007	2008	2009	2010
β (бетта)	0,86711723	0,860161	0,837878	0,880545	0,962087
r_i	19,18440	19,0187	18,75612	19,74685	21,04024
Показатель/год	2011	2012	2013	2014	2015
β (бетта)	0,952532	0,944172	0,773357	0,676542	0,758143
r_i	21,03593	20,66021	17,64055	17,25568	19,4289

Расчет параметров и выбор распределения

Таким образом мы получили следующую выборку (основываясь на том, что вероятность наступления события – ставка будет равна одному из значений выборки):

Таблица 5. Выборка по доходности компании

Показатель/год	2006	2007	2008	2009	2010
r_i	19,184	19,0187	18,7561	19,7469	21,0402
p_i (вероят)	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Показатель/год	2011	2012	2013	2014	2015
r_i	21,0359	20,6602	17,6406	17,2557	22,9199
p_i (вероят)	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1

Подсчитаем математическое ожидание и дисперсию, стандартное отклонение по следующим формулам:

$$E(r) = \sum_{i=1}^{10} r_i * p_i \quad (7)$$

$$D(r) = E(r^2) - E^2(r) \quad (8)$$

$$\sigma(r) = \sqrt{D(r)} \quad (9)$$

$$E(r) = 19,184 * 0,1 + 19,0187 * 0,1 + \dots + 22,91992 * 0,1 \approx 19,726 \%$$

$$D(r) = (19,184^2 * 0,1 + 19,0187^2 * 0,1 + \dots + 22,91992^2 * 0,1) \approx 2,967031$$

$$\sigma(r) \approx 1,72251 \%$$

Основываясь на представленных данных и предположений из статьи [27], доходность на собственный капитал имеет равномерное распределение, представленное на графике 1.

Учитывая, что мы задаем равномерное распределение, необходимо задать граничные значения.

Воспользуемся *правилом трех сигм*, которое в данном случае интерпретируется следующим образом:

$$E(r) - 3 * \sigma \leq r \leq E(r) + 3 * \sigma$$

То есть отклонение значения доходности фирмы на собственный капитал не превосходит трех сигм (стандартных отклонений) от среднего значения доходности $E(r)$:

$$14,55834 \% \leq r \leq 24,89338 \%$$

Сгенерируем на основе прикладной среды *Microsoft Excel 2013* выборку объемом 10000.

Ниже приведен график распределения доходности в модернизируемом первом году:



Рисунок 1. График равномерного распределения доходности на собственный капитал для первого года

Проанализировав график, отметим, что доходность колеблется от 14,56% до 24,48

2.2.2. Параметры распределения для размера налогового щита

Во-вторых, определим параметры и вид распределения для TS_i

Анализ исходных данных

В ниже приведенной таблице приставлены данные о за должности компании за ряд лет:

Таблица 6. Динамика задолженности компании *Роснефть*

Показатель/год	2006	2007	2008	2009	2010
долг	487	549	622	558	414
Показатель/год	2011	2012	2013	2014	2015
долг	509	602	1878	2467	1817

Экзогенная переменная TS_i определяется следующим образом:

$$TS_i = t_c * B_i, i = 2006, \dots, 2015 \quad (10)$$

где

t_c – ставка на налог на прибыль компании (является константной на данном временном промежутке

B_i – задолженность в i – ом году

Нам также известно, что ставка на налог на прибыль равна $t_c = 20\%$

Произведем расчет по формуле (10):

Таблица 7. Динамика размера налогового щита компании Роснефть

Показатель/год	2006	2007	2008	2009	2010
TS_i	97,4	109,8	124,4	111,6	82,8
Показатель/год	2011	2012	2013	2014	2015
TS_i	101,8	120,4	375,6	493,4	363,4

Расчет параметров и выбор распределения

На основе данных из таблицы предположим, размер налогового щита имеет другое распределение, нежели равномерное, а именно: нормальное, то есть мы предполагаем, что $TS \sim N(\mu, \sigma)$,

где

μ – математическое ожидание

σ – стандартное отклонение

Следовательно, необходимо определить вышеприведенные параметры по формулам (7), (8), (9):

$$E(TS) = \sum_{i=1}^{10} TS_i * p_i = 198,06$$

$$D(TS) = E(TS^2) - E^2(TS) \approx 22832,0893$$

$$\sigma(r) = \sqrt{D(TS)} \approx 151,10291$$

Представим результаты генерирования в среде *Microsoft Excel 2013* график распределения размера налогового щита ниже:

Таблица 8. Выборка первых значений генерируемого размера налогового щита

	TS		TS
1	247,0783	7	-42,8564
2	506,9989	8	219,2182
3	208,8015	9	267,5635
4	261,856	10	73,58213
5	242,4707	11	51,73195
6	-15,5687	12	191,0123

Однако заметим, что долг фирмы не может быть отрицательной величиной, поэтому мы не можем остановить выбор на нормальном распределении.



Рисунок 2. График нормального распределения размера налогового щита

Предположим, что распределение размера налогового щита является равномерным. Воспользуемся вышеприведенным *правилом трех сигм*:

$$E(TS) - 3 * \sigma \leq TS \leq E(TS) + 3 * \sigma$$

Получим:

$$-255,2487292 \leq TS \leq 651,3687292$$

Учитывая, что величина долга является неотрицательной (в условиях решаемой задачи), искомый интервал примет вид:

$$0 \leq TS \leq 651,3687$$

Сгенерируем выборку объемом 10000 в прикладной среде *Excel* и построим график распределения



Рисунок 3. Распределение размера налогового щита в первый год

Параметры распределения для скорректированного свободного денежного потока *В-третьих*, определим параметры для $FCFF_i$

Анализ исходных данных

Исходные данные представлены в ниже приведенной таблице:

Таблица 9.. Динамика свободного денежного потока компании Роснефть

Показатель/год	2006	2007	2008	2009	2010
FCFE	54	79	68	71	95
Долг	487	549	622	558	414
Показатель/год	2011	2012	2013	2014	2015
FCFE	64	43	204	596	725
Долг	509	602	1878	2467	1817

Отметим, что:

- ❖ в связи с существованием инфляции неизбежно наблюдается снижение реальной покупательной способности денег и как следствие наблюдается увеличение объема денежных средств как противодействие этому явлению
- ❖ на основе исторических данных из таблицы 9 наблюдается постоянное увеличение объемов $FCFE_i$

Обобщая вышеизложенное, подчеркнем, что каждый год в рамках наблюдаемого периода (2006-2015, выбор периода продиктован тем, что компания Роснефть вышла на IPO только в 2006 году) наблюдается тенденция роста объема свободных денежных средств.

Рассчитаем скорректированный денежный поток.

Формула:

Показатель/год	2006	2007	2008	2009	2010
FCFF	101,203936	132,2135	128,2892	125,0858	135,1282
Показатель/год	2011	2012	2013	2014	2015
FCFF	113,3364	101,3507	386,0308	835,1214	811,1182

$$FCFF = FCFE + (1 - t) \times t_c \times B$$

Данные о t_c будут взяты из предыдущего раздела ($t_c = 20\%$)

Таблица 10. Динамика

Представим ниже $\Delta FCFF_{i+1} = FCFF_{i+1} - FCFF_i$

Таблица 11. Динамика отклонений от предыдущего года

Показатель/год)	2007	2008	2009	2010
$\Delta FCFF$	31,00954	-3,92426	-3,20339	10,04237
Показатель/год)	2011	2012	2013	2014
$\Delta FCFF$	-21,7918	-11,9857	284,6801	449,0906

Предположим, что прирост скорректированного денежного потока имеет равномерное распределение, подсчитаем на основе форму (7), (8) и (9) математическое ожидание, дисперсию и среднее квадратическое отклонение:

$$E(TS) = \sum_{i=1}^{10} \Delta FCFF_i * p_i \approx 88,88$$

$$D(TS) = E(\Delta FCFF^2) - E^2(\Delta FCFF) \approx 27211,44$$

$$\sigma(r) = \sqrt{D(\Delta FCFF)} \approx 164,96$$

Воспользуемся вышеприведенным *правилом трех сигм*:

$$E(\Delta FCFF) - 3 * \sigma \leq \Delta FCFF \leq E(\Delta FCFF) + 3 * \sigma$$

Получим:

$$-406,00 \leq \Delta FCFF \leq 583,76$$

Учитывая, что величина долга является неотрицательной (в условиях решаемой задачи), искомый интервал примет вид:

$$0 \leq \Delta FCFF \leq 583,76$$

Сгенерируем выборку объемом 10000 в прикладной среде *Excel* и построим график распределения



Рисунок 1. Распределение изменения свободного денежного потока компании Роснефть

Обобщив проделанную работу, можно кратко резюмировать следующее:

- ❖ были выбраны виды распределения для каждой экзогенной переменной модели, рассмотрены равномерное и нормальное распределение. В силу экономических ограничений, выбор был сделан равномерном распределении, как наиболее предпочтительным с позиции получения наиболее достоверных результатов

- ❖ рассчитаны параметры распределений для каждой экзогенной переменной модели

- ❖ в качестве иллюстративного материала представлены гистограммы распределений

Следует отметить, что результаты исследований применимы не только для конкретной компании, но и к целому ряду других компаний—аналогов, сходных по таким параметрам как размеры производства, структура управления, акции которых котируются на открытом рынке, а финансовые результаты во многом зависят от конъюнктуры мирового рынка га их основной продукт, например для компании Роснефть таким продуктом является нефть, а в компаниях аналогах может быть и газ, металл, лес и т.д.

Данные о показателе взяты с сайта <http://www.finam.ru/>

СЕКЦИЯ №6.

МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.14)

СЕКЦИЯ №7.

БАНКОВСКОЕ И СТРАХОВОЕ ДЕЛО

СЕКЦИЯ №8.

ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ В СОВРЕМЕННОМ МЕНЕДЖМЕНТЕ

COMMERCIALIZATION OF GREEN TECHNOLOGIES: ANALYSIS OF RESEARCH PROJECTS

Zhidebekkyzy Aknur

Al-Farabi Kazakh National University, Almaty

Today the task of ensuring the sustainable development of human civilization is being viewed as the guiding principle of the life of the economy and of the society in general. Sustainable development is considered to be a development which "... satisfies our current needs without jeopardizing the capability of generations to come to satisfy their own future needs [1]. In a most general sense, the solution of this task is linked to the shaping of "a new model of green economy" [2].

The OECD has defined green growth as follows: "Green growth is about fostering economic growth and development while ensuring that the natural assets continue to provide the resources and environmental services on which our well-being relies. To do this, it must catalyze investment and innovation which will underpin sustained growth and give rise to new economic opportunities" [3].

The Earth Summit Rio 1992 provided the vision and important pieces of the multilateral machinery to achieve a sustainable future. Nevertheless, many authors around the world, such as environmentalists, scientists, politicians, economists have made a huge contribution in attempting to create a more sustainable future.

For example, A. Leopold published his well-known book in 1949, wherein the main message is that the land is not there to serve us, but that we need to live in community with the land [4]. P.L. Ehrlich states that population growth and environmental deterioration are inextricably linked, and proposes four action items to address the crisis [5]. He also accentuated that gargantuan efforts are necessary to increase food production and feed all human-being. R.Buckminster Fuller argues that shortsightedness and siloed thinking are the main causes of impending ecological crisis [6]. His book is a remarkable for its overall message as for its elaboration of concepts that were ahead of their time. Also, he suggested considering the planet as a closed system, using a metaphor "Spaceship Earth" to indicate it, so there is no "away". In 1972, Meadows D.H. and other authors published a commissioned report to the Club of Rome, which is known as a book "The limits to growth". Their book was revolutionary, and reports 13 scenarios for the future based on a computer simulation model developed at MIT [7]. Despite variations, all of them produce a sobering conclusion, namely that "the behavior mode of the system is clearly that of overshoot and collapse. Authors claim that growth trends in world

population, industrialization, pollution, food production and resource depletion suggest that biophysical limits will be reached sometime within the next 100 years. One of the turning points in the sustainable development is the publication of The Brundtland report, also known as “Our common future”. This report introduces the three fundamental components of sustainability – environment, economy and society – and highlights what is needed in each area to achieve sustainable development [8]. It makes it clear that we cannot achieve success in one of these areas at the expense of areas. Being considered one of the first comprehensive assessments of both the social, environmental and economic problems facing the world, one should admit that the UN Conference in Environment and Development held in Rio de Janeiro in 1992 was a direct outcome of this Brundtland Report. Doubtless, Kazakhstan has a distinct understanding of the state management assuming that promotion of the green economy is the main way and the only one in maintaining a sustainable development.

This paper aims to consider the commercialization issues of green technologies in Kazakhstan as a main tool of establishing sustainable economy. In this research, 14 projects were selected out of 43 and 9 experts were invited from this field. As a result, 23 interviews with experts in the area of green technology were conducted and analyzed. Research objectives are to determine availability of patents in projects and to identify key factors and barriers that affect the successful commercialization of technologies based on the respondents' opinions.

Conducted expert interviews have allowed to reveal some factors that were noted during the preliminary literature review. As a result, we have selected the most significant factors and important barriers that affect the successful commercialization of green technologies in Kazakhstan (Table 1).

Table 1 - Factors and barriers affecting the commercialization of green technologies in Kazakhstan

Factors	Description
Financial	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lack of funding of R & D phase of the project 2. Lack of funding for clinical research, field testing, or production of the industrial design 3. The high cost of the necessary technology 4. Lack of scientific capital to start their own production 5. Low wages of scientists
Infrastructure / Technical	<ol style="list-style-type: none"> 1. Insufficient development of domestic production, which could be applied for green technology 2. Lack of development of the material-technical base for advanced research 3. Poor communication with the industry, making it difficult to conduct tests of the invention and its further advancement on the market 4. Priority use of ready-made foreign technology
Legislative	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lack of incentives for the introduction of new green technologies in the industry. Payment of the fine for causing harm to the environment is much cheaper than the

	<ul style="list-style-type: none"> introduction of green technology into production. 2. Lack of incentives for cooperation with domestic research institutes to long-term research projects 3. Lack of intellectual property protection
Personnel	<ul style="list-style-type: none"> 1. The deficit of professional staff in the field of innovation management 2. Deficit of highly skilled economists and managers, their isolation from the production 3. Deficiency of lawyers in the field of intellectual rights, including international qualifications 3. Poor communication between scientists and government officials due to the lack of expertise of specialists in the management of commercialization
Socio-cultural	<ul style="list-style-type: none"> 1. Low demand for green technology in the domestic market 2. Lack of awareness about the relevance of the use of green technology, low environmental awareness 3. The low purchasing power of the population
Personal	<ul style="list-style-type: none"> 1. The scientist is an inventor, but not a seller. The reluctance of scientists to engage in self-promotion and commercialization of the invention. 2. Weak market research, resulting in the first scientist comes up with an invention, and then looking for a buyer. 3. Reluctance to risk and not to disclose information on the intellectual property
Others	<ul style="list-style-type: none"> 1. The presence of a rich hydrocarbon reserves in the country, which reduces the profitability of renewable energy 2. Bureaucratic obstacles 3. Low effectiveness visit thematic exhibitions 4. High competition from foreign suppliers

56% of respondents noted the importance of the financial problem. 47% of respondents noted the infrastructure and technical problems. Experts generally noted positive trends in the development of the legislative framework relating to the protection of intellectual rights, and the development of innovative activities. However, 47% believe that additional legislation stimulating the use of green technologies in the industry. 21% of respondents confronted with the facts of misuse or insufficient protection of intellectual property. The importance of having highly skilled personnel has noted 43% of respondents. The important role played by social and cultural factors. 30% of the experts believe that the lack of awareness on the relevance of the use of green technology, low environmental awareness determine the low demand in this area. 34% of experts drew attention to the personality of the scientist.

On the commercialization of green technologies in the country is influenced by other factors. For example, the experts noted that the presence of the rich hydrocarbon reserves in the country reduces the profitability of renewable energy. High competition from foreign suppliers, where green technologies are developed with 60 years of XX century, is also a significant impact on domestic inventors.

References

1. United Nations Conference on Trade and Development. Environmental accounting for businesses. Moscow: Finance and Statistics, 1997.
2. Toloraya G.D. Sustainable development and BRIC. Problems develop a strategy for Russia, 2014. Retrieved from <http://www.ruskiymir.ru>
3. Towards green growth: A summary for policy makers. – May 2011. OECD Meeting of the Council at Ministerial Level, Paris.
4. Leopold A. A sand county Almanac: and sketches here and there. – Oxford University Press, 1949. – 240 p.
5. Ehrlich P.L. The population bomb. – Sierra Club/Ballantine books, 1968. – 201 p.
6. Buckminster F.R. Operating manual for Spaceship Earth. – Carbondale, Southern Illinois University Press, 1969. – 151 p.
7. Meadows D.H., Meadows D.L., Randers J., Behrens W.W. The limits to Growth. – Universe Books, 1972. – 205 p.
8. World Commission on Environment and Development. Our common future (“The Brundtland Report”). – Oxford Paperbacks, 1987. – 400 p.
9. Andrews R. Research questions. – MPG Books, Cornwall, 2003. – 89 p.

СЕКЦИЯ №9.

ВОПРОСЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ

СЕКЦИЯ №10.

МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА И МЕЖДУНАРОДНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОТНОШЕНИЯ

ВЛИЯНИЕ САНКЦИЙ ЕС НА ЭКОНОМИКУ РОССИИ И ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ ДРУГИХ СТРАН

Кольченко М.А.

Научный руководитель: Безверхая О.Н.

Оренбургский государственный аграрный университет, г. Оренбург

В настоящее время актуальна тенденция возрастания числа применения экономических санкций в отношении разных стран. Глобализация международных экономических процессов является одной из причин подобных мер. Общеизвестно, что

сегодня стабильное положение государства определяется, в первую очередь, уровнем развития его экономики. В этой связи, прекращение или ограничение экономических отношений может иметь существенные последствия для нормального функционирования государства.

Основной причиной кризиса российской экономики, приходящимся на 2014-2015 гг., стало введение западными странами в отношении России комплекса экономических и политических санкций. На проявление подобных мер повлияло включение Крыма в состав Российской Федерации. [3]

Первые экономические санкции в совокупности с политическими ограничениями были введены в марте 2014 г. Впоследствии было еще несколько «волн» санкций. Предпосылкой для их появления стали авиакатастрофа на территории Украины и ссылка западных СМИ на невыполнение РФ минских договоренностей.

Санкции были нацелены на существенное ограничение валютных поступлений в страну, ослабление рубля и раскрутку инфляционной спирали. Все эти действия, по мнению Запада, должны были ослабить нынешний политический строй и вызвать падение популярности действующей власти в стране.

Результатом первой волны санкций стал запрет для круга лиц въезд на территорию стран-инициаторов данных мер, замораживание их активов, а также запрет на деловые операции с этими лицами и компаниями. Финансовый рынок тоже не остался без внимания. Шесть крупнейших российских государственных банков, предприятия энергетической и оборонной отраслей были ограничены в доступе к финансовым рынкам ЕС и США. [1]

Введенные санкции не могли не вызвать у России ответных мер. В августе 2014 г. российское правительство приняло решение об эмбарго, под действие которого попали США, Польша, Венгрия, Финляндия, страны Прибалтики и др. В первую очередь российские санкции коснулись сельхозпродукции, автомобилей и ряда других товаров.

На этом фоне необходимо рассмотреть последствия экономических санкций не только для экономики РФ, но и экономического состояния западных стран.

Потери России в условиях ограничения доступа на западные рынки в 2014 г. составили 25 млн. евро или 1,5% ВВП. В 2015 г. эта цифра увеличилась до 75 млрд. евро или 4,5% ВВП. Последствия санкций для стран ЕС оцениваются в 40 млн. евро или 0,3% ВВП в 2014 г. и 50 млрд. евро и 0,4% ВВП в 2015г. [2]

Говоря о последствиях санкций для экономики России, нельзя принимать во внимание только негативные стороны. Основной целью принятия российским правительством эмбарго в отношении западных стран стала не только потребность в

ответных действиях, но и стимулирование экономической активности собственных производителей.

Действия правительства России обострили внимание к тем проблемам, которые требовали своего решения уже очень давно. К их числу относятся:

- развития собственной отрасли сельского хозяйства;
- расширение и внедрение собственных технологий;
- повышение уровня работы логистической сети;
- формирование взаимоотношений между торговыми сетями и производителями сельхоз продукции;
- создание собственной платежной системы. [6]

Следует заметить, что потери от введения санкций понесла не только Россия, но и ряд западных стран. Если рассматривать влияние санкций на отдельно взятые страны, то Польша за каждые 10% утраченного экспорта потеряла 0,2 процентных пункта экономического роста своей страны.

Экономика Финляндии по итогам 2014 года из-за санкций потеряла 104 миллиона долларов. Известная в России компания «Valio» стала одной из первых, кто пострадал от введенных мер. Также стоит отметить, что Финляндия потеряла значительный сектор российской продовольственной экономики. Не стоит забывать, что санкции сказались и на транзите. Значительное снижение товарооборота спровоцировало бурную реакцию не столько у фирм-производителей, сколько в большей мере у владельцев фермерских хозяйств. Следствием этого стали различные митинги, забастовки, протесты, давление на правящие партии Финляндии.

Говоря о последствиях санкций в экономике Венгрии, стоит отметить, что Россия является третьим по значимости, после Германии и Австрии, экономически важным партнером для данной страны. Почти 80% всех энергоносителей поставляются из России. По подсчетам экономистов, из-за введенных санкций Венгрия потеряла несколько миллиардов долларов в виде недополученного товара, туристов и инвестиций.

Для Литвы последствия санкционной войны в большей степени проявились в отрасли сельского хозяйства. Примерно 5-я часть продовольственного экспорта данной страны приходилась на Россию, и по самым малым подсчетам составляла около 300 миллионов евро.

Молочная промышленность Эстонии оказалась в плачевном состоянии. Большие объемы сыра, молока и сметаны просто не смогли в кратчайшие сроки найти нужный рынок, с сохранением прежней цены.

Латвия понесла ущерб в 55 миллионов евро с введением эмбарго на поставки продуктов питания в Россию из стран Запада. Большинство предприятий Латвии, в первую очередь занимающиеся грузоперевозками, были вынуждены просить о налоговых каникулах. [5]

Правомерность принятых Россией мер, как и санкций ЕС, можно оспаривать и защищать в рамках ВТО. Однако, необходимо учитывать, какие основания для введения санкций признаются оправданными в этой организации, а какие нет.

В целом, охарактеризовать выдвинутые экономические санкции против России в 2014-2015 гг. и продолжающиеся в настоящее время можно как стремление Запада снизить влияние РФ на мировой арене и невозможность реализовывать свои политические цели. Несомненно, подобные меры носят отрицательный характер для различных отраслей экономики. Но нельзя не учесть и положительные стороны данной ситуации. Россия расширила экспорт в страны Востока и Африки, стали появляться новые направления в отрасли мясопроизводства, развивается молочное производство. К началу 2016 г. в некоторых регионах страны доля отечественных производителей достигла 90%. У России существует реальная возможность полностью компенсировать потерянные взаимоотношения и развить новые. На сегодняшний момент основными партнерами России в условиях санкций являются Китай, Япония и Южная Корея. В перспективе правительство РФ планирует наладить взаимоотношения еще с рядом стран, что позволит вернуть рыночные отношения на прежний уровень.

Список литературы

1. Доклад об экономике России за 2015 г. [Электронный ресурс] //
2. Всемирный банк Центра глобальной практики по вопросам макроэкономического и фискального управления. – 2015. – №33. – URL: <http://www.worldbank.org/>
3. Клинова М., Сидорова Е. Экономические санкции и их влияние на хозяйственные связи России с Европейским союзом // Вопросы экономики. – 2014. – №12. С. 67-79.
4. Логинова И.В., Титаренко Б.А., Саяпин С.Н. Экономические санкции против России [Электронный ресурс]. – Актуальные вопросы экономических наук. – 2015. – №47.
5. Пхалагова Д.Э. «Война санкций» последствия для России и стран Евросоюза [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.sciencefo-rum.ru>.

6. Реакция иностранных производителей на российские санкции [Электронный ресурс] // Информационное агентство России ТАСС. – URL: <http://www.tass.ru>.
7. Шмелева Б.А. Последствия введенных санкций для экономического развития России [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.rescue.org.ru>.

СЕКЦИЯ №11. МАРКЕТИНГ

ОБОСНОВАНИЕ КРАУДФАНДИНГА КАК НОВОГО НАПРАВЛЕНИЯ СОВРЕМЕННОГО МАРКЕТИНГА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

Байков В. Г.

ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный экономический университет»,
г. Санкт-Петербург

В современной экономике поиск конкурентных преимуществ является ключевым фактором завоевания лидерства на рынке. При этом, многие фирмы сталкиваются с новыми проблемами в вопросе удержания своих позиций. Препятствия входа на рынок уже не являются эффективным инструментом сдерживания внешних конкурентов. Новые игроки находят средства для получения конкурентных преимуществ с большей легкостью. Они добиваются успеха, в частности, и благодаря своей инновационной деятельности. Новые товары, выпускаемые ими на рынок, могут завоевывать своим качеством часть целевой аудитории ведущих компаний. Это еще больше оживляет конкурентную борьбу за потребителя, повышая значимость выпуска инновационных товаров на рынок. Однако не все компании могут эффективно развивать это направление деятельности, в особенности, из-за неэффективной работы с потребителями. Одним из способов решения этой проблемы является краудфандинг.

Уже долгое время различные специалисты отмечают эффективность этого инструмента по сравнению с традиционными методами взаимодействия с клиентами. В частности, в Европе краудфандинг уже несколько лет не только активно обсуждается учеными и экономистами, но и поддерживается государством. Например, в Великобритании подобные площадки уже к 2017 частично заменят венчурное финансирование. По данным британской финансовой ассоциации, краудфандинг (и краудлендинг) в этой стране уже показывает высокие результаты, что и позволяет

говорить об эффективности данного инструмента по сравнению с другими аналогами (рисунок 1).

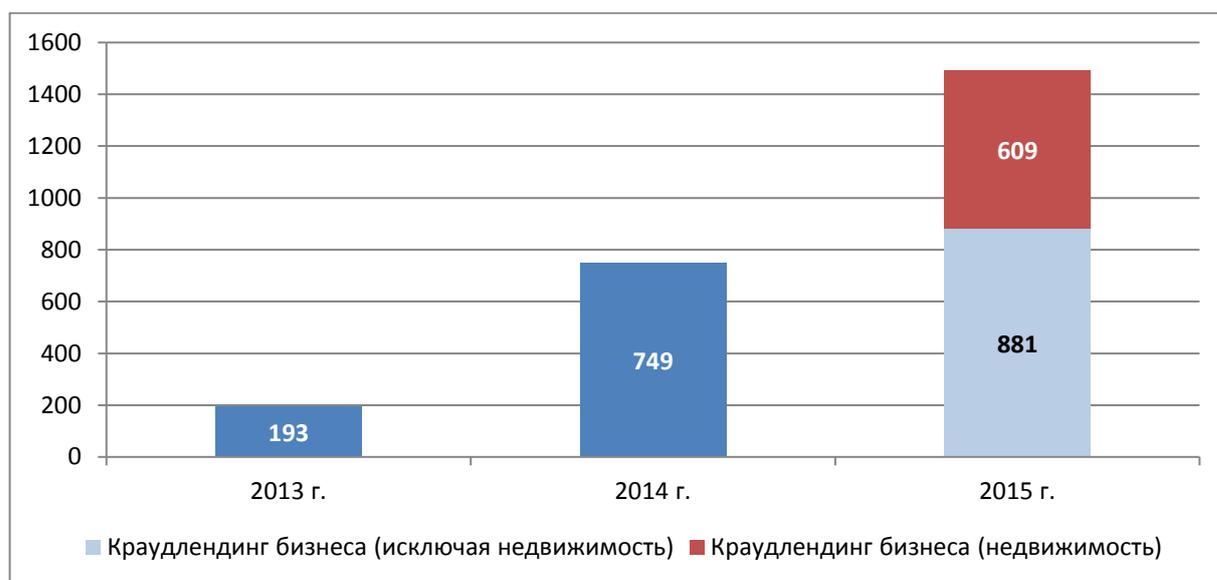


Рисунок 1 Краудлендинг бизнеса в Великобритании за период 2013-2015 гг., в млн. фунтов [на основе 4]

Европейский Экспертный Центр Альтернативного и Общественного Финансирования (CrowdfundingHub) выпустил в 2016 году свой отчет «Текущее Состояние Краудфандинга в Европе», где подробно рассмотрено само явление альтернативного финансирования, а так же представлена аналитика краудфандинга по 17 странам Европы. В состав отчета, помимо оценки количества собранных в каждой стране денежных средств, вошли также представленные на их территории платформы краудфандинга, особенности регулирования работы этих площадок, особенности работы банков и т.д.

Подобный подробный отчет показывает, что альтернативное финансирование приобретает значительное влияние во многих развитых и развивающихся странах Европы. Однако краудфандинг, как один из элементов общественного финансирования, может применяться фирмой не только как инструмент привлечения денежных средств.

Краудфандинг можно применять и как маркетинговый инструмент продвижения новых товаров. Для этого в современной экономической среде существуют все предпосылки. Начнем с поведения потребителя в процессе потребления инноваций.

В ходе совершения покупки нового товара и его использования, потребитель выходит из своего состояния равновесия. Это приводит к различным последствиям (рисунок 2). Покупатель может остаться удовлетворенным покупкой, уйти с рынка из-за чувства потери или перейти к новому состоянию равновесия [подробнее описано в 3]. Подобное поведение связано с оценкой воспринимаемого качества инновации, которое

базируется на выполняемых товаром функциях. Если набор возможностей приобретения выходит за рамки текущей культуры потребления, покупатель может не посчитать товар качественным для себя. Возникает чувство потери в ходе работы «эффекта сравнений» [подробнее можно прочесть в 2, с. 40] и есть вероятность, что покупатель уйдет с рынка инноваций для восстановления понесенных затрат. В свою очередь это может привести к эффекту маркетинговой стагнации рынка [1, 2], усложняя продвижение и коммерциализацию новых товаров для всех компаний на рынке.

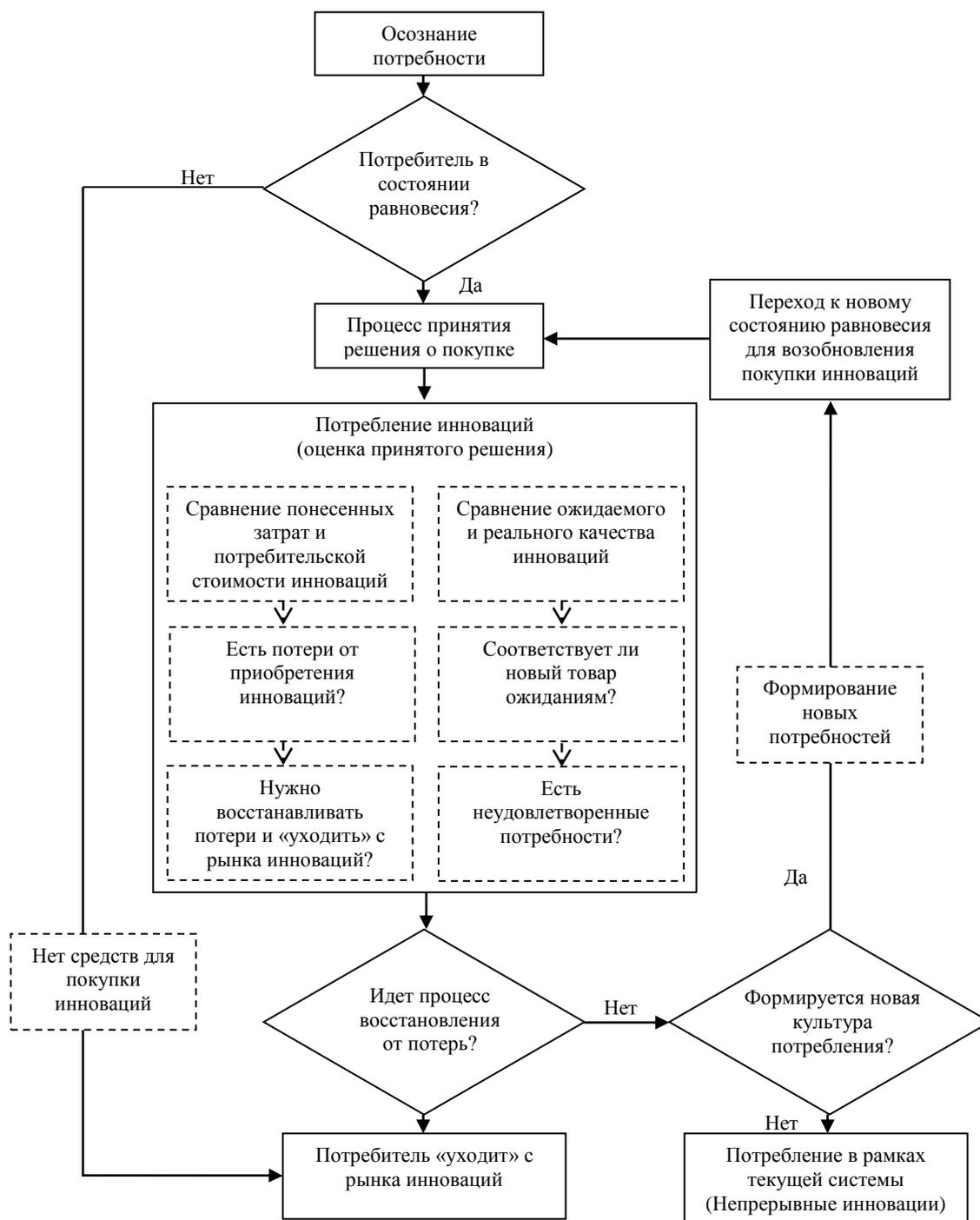


Рисунок 2. Модель современного потребления инноваций (составлено автором) [3]

Краудфандинг может помочь избежать ситуации неэффективного формирования концепции или функций новинки. Подобного можно достичь благодаря тому, что товар разрабатывается «для потребителей усилиями самих потребителей». В дополнение к финансированию производства инновации (что уже дает фирме конкурентное преимущество), производитель привлекает конечных покупателей к разработке товара на первом этапе его жизненного цикла. Подобное явление было редким до недавнего времени, так как отсутствовали инструменты эффективного взаимодействия с потребителями. Например, фирмы могли проводить испытания инноваций внутри фирмы, но не имели возможности получать отзывы клиентов до начала продаж. Различные маркетинговые исследования, как например фокус-группы, частично решали эти задачи, однако клиенты все равно взаимодействовали с уже почти готовым продуктом.

Появление таких элементов обращения товара, как «предзаказы», «ранний доступ» и т.д. привели к тому, что все чаще потребители получали возможность испытывать новинки на ранних стадиях их разработки. По-сути, потребители превратились в «испытателей», которых фирма может привлекать для апробации прототипов изделия. В связи с этим, степень вовлеченности потребителей в первый этап жизненного цикла инноваций становится больше, что приводит к формированию у них новых ролей поведения. Если раньше производитель взаимодействовал со своими клиентами в рамках маркетинговых исследований и после выпуска товара на рынок, то теперь клиенты могут напрямую влиять на образ будущей новинки, если им предоставить все необходимые инструменты.

Здесь так же показывает свою эффективность краудфандинг, решая сразу несколько маркетинговых задач. Во-первых, упрощает проведение маркетинговых исследований. Так как потребители, принимая участие в краудфандинге того или иного проекта вкладывают свои средства в его разработку, они финансово заинтересованы в успешности проекта, как следствие, можно рассчитывать на более точные данные от проводимых исследований. Более того, аудитория потребителей формируется самостоятельно, сокращая издержки фирмы. Для проведения исследований производителю также не нужно применять сторонние Интернет ресурсы, так как площадки краудфандинга либо поддерживают эти функции, либо интегрируют различные социальные сети, что позволяет упрощать процессы опроса клиентов и распространения информации о новинке.

Во-вторых, краудфандинг (являясь инструментом с нефинансовым вознаграждением) позволяет предоставлять ранние версии товара своим «потребителям-спонсорам». При взаимодействии с ранними версиями инновации, потребители могут

делиться своими впечатлениями и пожеланиями уже на ранних стадиях разработки новинки, что приводит к внесению большего числа изменений и улучшений в концепт товара.

Как следствие, инновация разрабатывается с учетом требований и потребностей «потребителей-спонсоров», ими же испытывается и оценивается. И такой набор новых, для обычного потребителя, функций приводит к тому, что иногда фирме важно обеспечить эффективный инструмент реализации всех этих ролей. Учитывая эти потребности, самые успешные краудфандинговые платформы обеспечивают производителя всем необходимым для качественного взаимодействия со своими клиентами. А это, в свою очередь, способствует успешности завершения кампании по сбору денежных средств, что также имеет большое значение для маркетинга.

В качестве доказательства этого утверждения рассмотрим опыт краудфандинговой площадки «Kickstarter», определяя зависимость между количеством ранее успешных кампаний и начальным количеством потребителей, поддерживающих новые товары фирмы (рисунок 3).



Рисунок 3 Зависимость количества ранее успешных кампаний краудфандинга фирмы и числа привлекаемых потребителей [на основе 5]

Как видно из рисунка 5, чем больше успешных кампаний краудфандинга провела фирма, тем на большее число «потребителей-спонсоров» она может рассчитывать, начиная новый проект. Эти клиенты будут первыми, кто поддержит новый товар, так как будут лояльны фирме. Лояльность является третьим аргументом в пользу применения краудфандинга, в качестве маркетингового инструмента.

Система лояльности в данном случае наиболее прозрачна и проста, при этом не требует от производителя каких-то дополнительных программных средств или инвестиций. Потребители, довольные качеством ранее завершенных проектов, требуют лишь грамотного взаимодействия с фирмой, учета их требований и гарантию того, что все обещания, данные производителем, будут выполнены. На современном рынке одно это уже способствует положительной оценке со стороны «потребителей-спонсоров». Если качество инновации соответствует ожиданиям потребителей, то фирма эффективнее выстраивает процесс взаимодействия с ними. Обеспечивается реализация всех новых ролей клиентов, и производитель может рассчитывать на рост числа лояльных ему «потребителей-спонсоров». Как следствие, повышается шанс успешного завершения последующих кампаний краудфандинга, которые так же будут привлекать новых лояльных клиентов, и т.д. до тех пор, пока фирма не нанесет ущерб своему имиджу, что грамотная маркетинговая кампания должна предотвращать. Чем больше успешных кампаний фирма провела ранее, и чем эффективнее тогда был её маркетинг, тем проще завершать новые проекты (рисунок 4).

Шанс успешного завершения следующего проекта

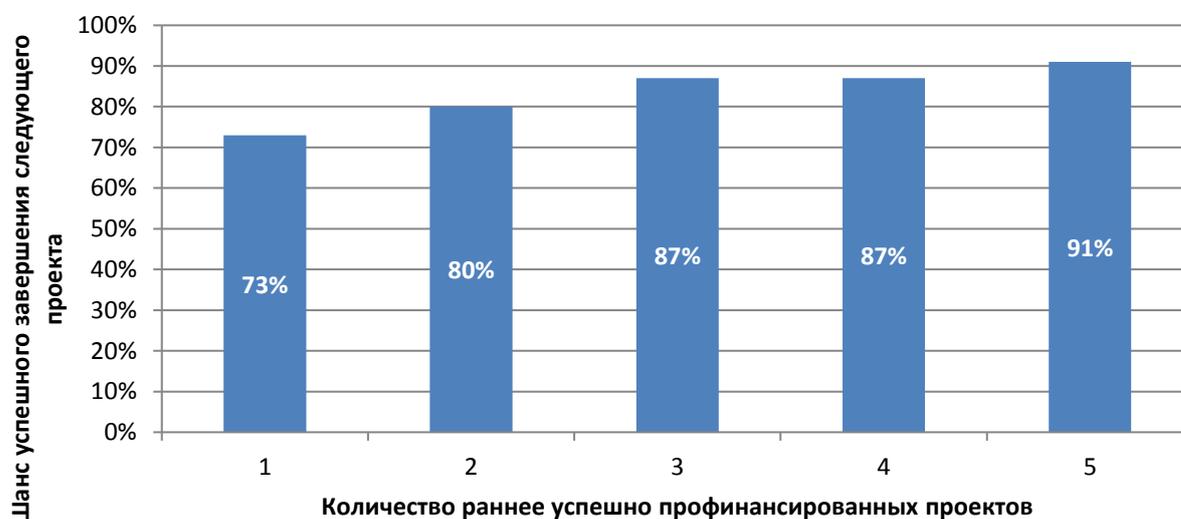


Рисунок 4 Зависимость количества ранее успешных кампаний краудфандинга фирмы и шанса успешного завершения нового проекта [на основе 5]

Применение краудфандинга в маркетинге инноваций не только решает проблему восприятия новинки потребителем, минимизируя риск маркетинговой стагнации рынка, но и также способствует повышению маркетинговой эффективности при продвижении и

коммерциализации новых товаров. Универсальность этого инструмента, а также его растущая популярность в мире, предоставляют производителю совершенно новые конкурентные преимущества, будь то средства для выхода на новый рынок, или способ удержания своего лидирующего положения.

В современном обществе мнение многих специалистов из числа потребителей может являться решающим фактором для принятия клиентами решения о покупке. Краудфандинг в полной мере позволяет эффективно взаимодействовать с потребителями «новаторами» [6], привлекать их к разработке, испытанию и продвижению инноваций. Это и приводит к тому, что эти специалисты активнее участвуют в жизни товара на всех его стадиях, обеспечивая его успешную коммерциализацию.

Фирме остается только грамотно подходить к проведению кампаний краудфандинга, маркетинговому сопровождению товара и взаимодействию с «потребителями-спонсорами». В том случае, если весь процесс построен верно, компания получает мощнейший инструмент работы с потребителем и разработки инноваций, позволяющий выбиться ей в число новаторов на рынке.

Список литературы

1. Байков В.Г. Маркетинг инноваций как причина стагнации товарного портфеля фирмы // Современные аспекты экономики. - 2015. - №12. – с. 78 – 83.
2. Логинова Ю. В. Анализ эффектов, наблюдаемых в поведении потребителей // Экономика и управление в XXI веке: тенденции развития. – 2012. - №5. – с. 40.
3. Фирсанова О.В., Байков В.Г. Классификация новшеств в маркетинге инноваций с учетом равновесия в поведении потребителя. Научное обозрение N9, 2016 г. – с. 165 – 174.
4. Bryan Z., Peter B., Tania Z., Jonathan B. and Kieran G. – Pushing boundaries, the 2015 UK alternative finance industry report.: Cambridge Center for Alternative Finance, february 2016.
5. Gallagher D., Salfen J – By the Numbers: When Creators Return to Kickstarter / The Kickstarter Blog, March 24, 2015.
6. Rogers E. Diffusion of Innovations / E. Rogers. New York: Simon and Schuster, 2010

ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ В СФЕРЕ РОССИЙСКОГО МАЛОГО БИЗНЕСА, КАК ТЕНДЕНЦИЯ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ И МАРКЕТИНГА

Марков Д.С., Пономарёва Е.А.

Северо-Кавказский Федеральный университет, г. Ставрополь

В 21 веке начинается активное развитие и увеличение глобальной Интернет – сети. Увеличивается количество и качество возможностей его использования. Так, на сентябрь 2016 года в ходе опроса было выявлено: более 90 миллионов россиян пользуются интернетом, что составляет около 73% от населения страны. Причём 47% опрошенных граждан признались, что делают это ежедневно[6]. Так же отмечается рост продаж смартфонов и планшетов, как средств портативной коммуникации среди народных масс. За 2015 год рост продаж увеличился на 28% по сравнению с 2014 годом, достигнув 865 тыс. единиц. Это связано с появлением в данных средствах возможности подключения к сетям LTE и развития интернета 4G и 4G+. При проведении опроса о важности интернет-опции в смартфоне, 49% подтвердили необходимость и удобство данной функции, как одной из основных [7].

Так же в настоящее время наблюдается тенденция к сокращению количества и размера рекламных средств вследствие облагораживания внешнего вида города, а так же ужесточения контроля над соблюдением ФЗ №38 «О рекламе». Так, только за 2015 год в г. Ставрополь было убрано 1500 нелегальных рекламных объявлений, а так же снесено около 400 конструкций для освобождения улиц. Такая тенденция видна в Москве, Санкт-Петербурге, Белгороде и других городах [7]. Данные тенденции являются предпосылками для необходимости поиска новых маркетинговых методов и способов продвижения своих товаров и услуг.

Особенно это необходимо в сфере развития малого и среднего бизнеса, как основы, «фундамента» экономики любой страны, в том числе и России. И.А. Адаманчук среди проблем малого бизнеса выделяет следующие:

- Более высокий уровень риска, большая степень неустойчивости на рынке;
- Зависимость от более крупных компаний;
- Большая ограниченность в финансовом положении, выборе средств сбыта и распространения продукции; [3]

Все эти проблемы лишь обостряются вышеизложенными предпосылками. Мелким фирмам необходимо успешно соперничать с более крупными фирмами за рекламные места (что невозможно ввиду ограниченности средств).

Одним из возможных выходов из данной ситуации может служить интернет-маркетинг. Интернет-маркетинг - это, по мнению А.А.Ледейщиковой, любая деятельность в рамках рынка, которая направлена на продвижение товаров от производителя к потребителю посредством сети Интернет. По её мнению, перенесение маркетинга на просторы интернета позволит развить новое направление современного бизнеса – электронного. Через него будут более доступны и облегчены следующие формы взаимодействия:

- Обмен информацией между субъектами рынка;
- Облегчение проведения маркетинговых исследований и своевременной корректировки маркетинговой стратегии;
- Облегчение пред- и пост-продажной поддержки виде онлайн-консультаций, электронной оплаты;
- Увеличение клиентской базы за счёт других районов и регионов ;
- Разнообразие и малая законодательная ограниченность методов рекламирования продукта и д.р.:[4]

Важным преимуществом интернет-маркетинга является включение такого элемента, как электронная коммерция – процесс удалённого приобретения товаров и услуг через Интернет. Данная возможность позволит предприятиям малого бизнеса реализовывать свою продукцию не только на локальном уровне вследствие малой известности и ограниченности средств, но и поставлять её в соответствии с электронными заказами. Так, если в западной части России сфера малого бизнеса очень развита и рыночные отрасли переполнены товарами и услугами, тем самым организовывая «рынок потребителя», то на Дальнем Востоке наблюдается обратная картина: крайняя монополизация и развитие «рынка продавца» вследствие очень слабого развития рыночной инфраструктуры[8]. Таким образом, интернет маркетинг помог бы в расширении малого бизнеса.

Ещё одним преимуществом при приоритете интернет-маркетинга является появление возможности более активного изменения репутации предприятия малого бизнеса через переход от массового маркетинга к маркетингу «один-одному». Согласно В.В.Курманову, вследствие развития данной модели маркетинга определяются следующие направления продвижения в соц.сетях:

- использование систем поиска упоминаний;
- продвижение собственного блога компании;
- использование фото и видеохостингов.
- использование аккаунта в социальных сетях; [6]

Более полно использование дополнительных платформ для расширения и повышения уровня обслуживания представлено на рисунке 1.

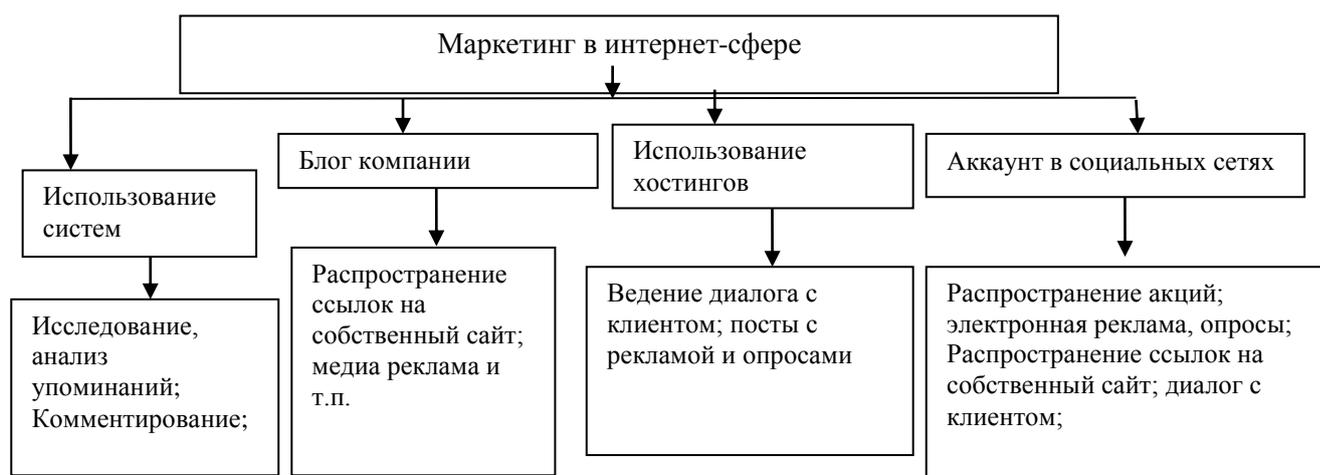


Рисунок 1 – использование дополнительных платформ в сети Интернет

Источник: сделано автором на основе источника [6]

Использование данных методов позволяет достичь неких преимуществ, однозначно важных для предприятий малого бизнеса исходя из их особенностей, указанных выше. И.А.Лемешкина выделяет следующий перечень преимуществ от использования интернет-маркетинга:

- 1) Достижение сокращения издержек на создание рекламы. Создание виртуальной рекламы дешевле и быстрее по времени, нежели реклама по телевидению или в газетах, на уличных баннерах и т.п.;
- 2) Психологический комфорт покупателя. Покупатель не испытывает чувства давления со стороны продавца, может узнать всю интересующую его информацию анонимно, а не на обществе;
- 3) Доступность в любое время суток и в любом месте. У потребителя появляется возможность узнать всю его интересующую информацию и заказать товар в любое время, не выходя из своей зоны комфорта;
- 4) Глобальность рынка сбыта. Ограниченность средств предприятия малого бизнеса компенсируется отсутствием необходимости оформления рекламы в разных регионах и возможностью использования одного сервисного центра вместо множества филиалов для организации расширенного сбыта[5].

Однако, как и любая система, любой метод, интернет-маркетинг имеет и свои недостатки.

- 1) Невысокая безопасность оформления сделок и конфиденциальность информации. Некоторые категории покупателей не доверяют действиям в интернете. Необходимо разрабатывать ходы по переубеждению.
- 2) Отсутствие возможности у покупателя «потрогать» товар. Люди могут сомневаться в качестве товаров. Необходимо использовать систему «гарантия качества и оплата по получению».
- 3) Недостаточность развития интернета в дальних регионах. Проблема медленной пропускной способности интернета в дальних регионах страны обесценивает эстетичность электронной рекламы (анимацию и т.п.). На данный момент на уровне малого бизнеса проблема практически не решается.
- 4) Ограниченность аудитории. Несмотря на рост числа пользователей сетью Интернет, ещё не все из данного числа умеют пользоваться электронной оплатой, оформлением и т.п. На данный момент проблема практически не решается.

Исходя из проведённого исследования методов преимуществ и проблем, можно подвести следующие итоги. На данный момент интернет-маркетинг является для сферы малого бизнеса возможностью выхода из монополизированной российской экономики и компенсации своих недостатков, однако имеется и ряд проблем, который может свести маркетинговую политику предприятия к бесполезной трате времени и средств. Одни недостатки разрешатся с течением времени, другие фирма должна сама сгладить через маркетинговую политику.

Список литературы

1. И.А.Адаманчук //статья «роль маркетинга в малом бизнесе»//журнал «Территория науки»//издательство [«Автономная некоммерческая образовательная организация высшего профессионального образования «Воронежский экономико-правовой институт»](#)»// выпуск 5 2014//г.Воронеж – 78-84 с.
2. А.А.Ледейщикова//// статья «Особенности развития интернет-маркетинга в России»// журнал «Science time»// выпуск 5 2014 г//г.Казань – 108-111 с.
3. И.А.Лемешкина//статья «Проблемы интернет-маркетинга»//журнал «Закономерности и тенденции развития науки в современном мире»//издательство «РИЦ БашГУ»//г.Уфа 2013 г.-116-119 с.
4. В.В.Курманов//статья «Современные тенденции развития интернет-маркетинга и электронной торговли в России»//журнал «Вестник Южно-Уральского государственного университета»// номер 3 2013//издательство [«Государственное](#)

[образовательное учреждение высшего профессионального образования «Южно-Уральский государственный университет»](#)»// 128-132 с.

5. Шерстянкина А.А., Хасаншин И.А.//статья « Особенности развития интернет-маркетинга в России»//журнал «Мир науки и инноваций»//издательство «ООО «Научный мир»»//номер 2 2015 г.//г.Самара – 87-90 с.
6. Интернет в России//://www.bizhit.ru/index/users_count/0-151
7. Сайт Ставрополя//http://www.stavropolye.tv/society/view/91313
8. Малый бизнес на дальнем Востоке//
http://www.equipnet.ru/articles/other/other_1236.html

СЕКЦИЯ №12.

PR И РЕКЛАМА

СЕКЦИЯ №13.

ОПЕРАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

СЕКЦИЯ №14.

ПРОБЛЕМЫ МАКРОЭКОНОМИКИ

СЕКЦИЯ №15.

ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ

СЕКЦИЯ №16.

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЯМИ

Абдикаримова А.Т.

к.э.н., Карагандинский экономический университет Казпотребсоюза
(Казахстан, Караганда)

Казахстанские предприятия малого и среднего бизнеса значительно уступают зарубежным компаниям малого и среднего бизнеса в эффективности. Но слабости казахстанских предприятий проистекают не только из низкой эффективности бизнес-процессов, но и из слабости команд, неверной оценки текущей ситуации, недостаточного учета роли и значения стратегического управления, выработки стратегии. Большинство казахстанских компаний, относящихся к малому и среднему бизнесу, не только не имеют

в своем арсенале четко разработанной стратегии, но и не владеют знаниями о том, как эти стратегии разрабатываются. Более крупные и диверсифицированные предприятия, относящиеся к квазигосударственному сектору, либо имеющие в структуре своего капитала иностранные капиталовложения тем или иным способом вырабатывают у себя стратегическое видение бизнеса. Чего нельзя сказать о малом и среднем бизнесе. Вышесказанный тезис о низкой эффективности, а иногда и убыточности многих предприятий МСБ можно подтвердить данными Агентства по статистике РК, которые отражены в таблице

Таблица 1. "Основные показатели финансово-хозяйственной деятельности юридических лиц малого и среднего предпринимательства (по видам экономической деятельности)" в тыс. долларов США /1./

Вид деятельности	Численность занятых, человек	Объем произведенной продукции и оказанных услуг, тыс. тенге	Прибыль (убыток) до налогообложения, тыс. тенге
Всего	7239,093	59589822	-6090249
Сельское, лесное и рыбное хозяйство	460,4339	1763658	-198526
Горнодобывающая промышленность и разработка карьеров	137,2029	5379934	278274,4
Обрабатывающая промышленность	873,7609	7294873	-967989
Электроснабжение, подача газа, пара и воздушное кондиционирование	62,32806	852467,2	-19922,1
Водоснабжение; канализационная система, контроль над сбором и распределением отходов	99,30997	309809,1	-21591,3
Строительство	1221,535	13502642	-795474
Оптовая и розничная торговля; ремонт автомобилей и мотоциклов	1479,583	12956555	-1099772
Транспорт и складирование	413,8141	3489539	-1835361
Услуги по проживанию и питанию	191,2777	755185,2	43854,72
Информация и связь	189,7804	1413884	54508,01
Финансовая и страховая деятельность	93,55973	1286858	2892851
Операции с недвижимым имуществом	352,8661	2110980	-2800297
Профессиональная, научная и техническая деятельность	601,4116	4888428	-1707549
Деятельность в области административного и вспомогательного обслуживания	475,9572	1846397	68836,77
Образование	161,2637	311248,4	44501,61
Здравоохранение и социальные услуги	116,5877	308602,6	2365,647
Искусство, развлечения и отдых	187,6562	484862,1	-93988,7
Предоставление прочих видов услуг	120,764	633900,3	65028,56

Ситуация усугубляется сегодняшним кризисом, усилившим стагнацию предприятий малого и среднего бизнеса, особенно в сфере обрабатывающей промышленности. Многие руководители фирм и компаний, объясняя низкую эффективность, падение уровня доходности и сокращение прибыли, а иногда и убыточность апеллируют к общему кризису нефтеэкспортирующих стран, обусловленному падением цен на нефть, одномоментной девальвации национальной валюты, повышению стоимости кредитных денег, снижению общей платёжеспособности населения. Однако же это не объясняет почему руководители малых средних предприятий не пытаются найти решения в этих условиях внешней среды, при нынешней конкуренции, и сложившихся предпочтениях потребителей. Для решения своих проблем руководители этих предприятий руководствуются одномоментными решениями, демонстрируя в своих методах реактивный характер управления. Но все же практика показывает, что компании, в которых отсутствует четкое видение своих целей, и ответы на стратегические вопросы «где действовать компании, для кого действовать, кому и как действовать» обречены на вымирание.

Поэтому те компании, которые желают видеть свою компанию действующей в далеком будущем, хорошо или плохо, но необходимо управлять своим стратегическим процессом.

Различные исследования практики российских компаний говорят о том, что проблема с неэффективностью бизнес-процессов, безрезультативностью стратегических программ и разработок в компаниях связана не столько с непониманием или неумением выстраивания процессов и стратегий. В большинстве случаев эта ситуация возникает в связи с выраженным нежеланием заниматься вопросами выстраивания бизнес процессов, разработки стратегических программ и существенным сопротивлением изменениям.

Исходя из исследований, корни этого нежелания и сопротивления находятся в непонимании принципов построения процессов, связи процессов с достижением целей (понимание важности этого вопроса есть, нет понимания, как это сделать просто) и/или хаотичности, фрагментарности таких знаний./2./ То есть даже если руководитель признает необходимость выработки стратегии, развития стратегического видения, его стратегии не всегда имеет цельную структуру, имеет фрагментарный характер.

В случае возникновения кризисных ситуаций руководители и предприниматели начинают искать выход из сложившейся ситуации. Для этого у них есть несколько вариантов решения: освоение и захват нового рынка или ниши, поиск способов для выживания в собственной нише, пережидание кризиса, уход с рынка. Неважно, какой из

этих вариантов развития событий предприниматель выбирает, ему необходимо выработать свою модель энергичного стратегического поведения

Генри Минцберг в своем исследовании «Стратегическое сафари. Экскурсия по дебрям стратегического менеджмента» дал всестороннюю оценку основных положений основных положений, сильных и слабых сторон каждой из школ стратегий — школ дизайна, планирования, позиционирования, предпринимательства, познания, обучения, власти, культуры, внешней среды и конфигурации, — а в завершение объединил их, показал системный взгляд на стратегию организации. Именно он указал на главную ошибку многих руководителей, ориентирующихся на разработки школы позиционирования /3./ Ошибка заключается в том, что многие руководители, разрабатывая свою стратегию, ориентируются на стандартный алгоритм: ожидают ежегодных (ежеквартальных, месячных) отчетов и планов, командой, или что еще хуже группой нанятых внешних экспертов, выполняют SWOT анализ, начинают долгий и мучительный процесс формулирования цели, миссии, видения компании, причем именно эти моменты становятся самоцелью стратегии.

Чаще всего именно с анализа SWOT стартует обсуждение новой стратегии. SWOT отнимает много времени и средств и никого не убеждает — и вообще не приносит пользы. Припомните, когда в последний раз, читая анализ SWOT, вы вдруг ухватили блистательную идею? Не припоминаете? Все потому, что этот анализ расплзается на мили в ширину, а уж в глубину проникает не более, чем на сантиметр. Все потому, что этот анализ расплзается на мили в ширину, а уж в глубину проникает не более, чем на сантиметр. /4./

Обычно сразу после анализа SWOT команда, разрабатывающая стратегию, берется за составление манифеста, заявления о миссии и будущем компании. И это опять-таки превращается в затяжной мучительный процесс, члены коллектива от всей души спорят о выборе слов и бьются за «идеальное» заявление. К сожалению, пока руководитель не определился с вопросом на каком рынке работать, с чем выходить на рынок, и кому продавать все это будет лишь лозунгом либо манифестом и представляет пустую трату времени.

Зачастую выполнив вышеупомянутый SWOT анализ, или же проведя анализ в соответствии с моделью «пяти сил» М. Портера, предприниматель не имеет представления, что делать с огромным массивом полученной информации, как из этого потока данных найти свой оригинальный путь решения проблемных вопросов. Практика же показывает, что рынки, конкуренты и потребители не стоят на месте и не ожидают появления вашей цели и создания бизнес-процессов, подчиненных этим целям.

Стратегия фирмы не может подчиняться бюрократическому, иерархически выверенному, исходя из сложившейся структуры организации, хронометражу. Формируя стратегию, предприниматель и руководитель должен определить, от каких факторов ему надо отталкиваться – ожидания и предпочтения клиентов, поведения конкурирующих фирм, возможностей самой фирмы, оценить возможности создания совершенно новой отрасли или продукта.

Выработка стратегии не сводится к построению и исполнению причинно-следственной цепочки, от первоначальных рыночных факторов и существующих возможностей к правильной позиции на рынке. Это постоянный выбор и риск. Но без правильной четко выверенной стратегии невозможно добиться эффективной и слаженной работы команды, выстроить доходные бизнес-процессы.

Список литературы

1. Малое и среднее предпринимательство Казахстана в 2015 г. // <http://stat.gov.kz/faces/publicationsPage/publicationsOper/homeNumbersSMEnterprises>
2. Атерлей Д. Как посторить модель управления, способную выиграть в конкуренции// <https://delovoymir.biz/2016/05/25/kak-postroit-model-upravleniya-sposobnuyu-vyigryvat-v-konkurencii.html>
3. Генри Минцберг, Брюс Альстранд, Жозеф Лампель. Стратегическое сафари. Экскурсия по дебрям стратегического менеджмента

SWOT-АНАЛИЗ: МЕТОДИКА СОСТАВЛЕНИЯ ИТОГОВОЙ МАТРИЦЫ

Леснова Л.П.

RUDN University

В настоящее время каждый специалист в области менеджмента имеет представление о SWOT-анализе. В то же время, чаще всего, анализ ограничивается изучением (анализом) сильных и слабых сторон компании и определением основных возможностей и угроз. Естественно, SWOT-анализ получается ограниченным и узконаправленным.

В данной работе SWOT-анализ будет рассмотрен масштабнее – будут определены и раскрыты все этапы составления матрицы.

На первом этапе анализа необходимо выделить все существующие внутренние сильные и слабые стороны организации; а также потенциальные возможности и угрозы,

которые могут оказать непосредственное влияние на деятельность рассматриваемой компании. То есть сильные и слабые стороны отражают реальное положение дел внутри компании, а возможности и угрозы предопределяют, что может произойти в будущем во внешней среде организации. Полученные результаты оформляются в виде таблицы (Табл.1).

В Табл.1 приведен список наиболее типичных сильных и слабых сторон компании, а также типичные возможности и угрозы. При проведении SWOT-анализа конкретной организации необходимо обращать внимание на её специфические характеристики и черты.

Стоит отметить, что непосредственное влияние на деятельность любой организации оказывает микросреда, которая ограничивается такими заинтересованными сторонами бизнеса, как конкуренты, поставщики, клиенты, акционеры, инвесторы, местные органы власти и правительственные организации.

На втором этапе необходимо выделить наиболее важные сильные и слабые стороны компании, а также те возможности и угрозы, наступление которых с наибольшей вероятностью повлияет на развитие организации.

Таблица 1 - Первичный SWOT-анализ

<p>Типичные сильные стороны:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. высококвалифицированный персонал; 2. устойчивое финансовое положение компании; 3. известный бренд; 4. положительная репутация; 5. большой опыт работы; 6. лидерство на рынке; 7. наличие конкурентных преимуществ; 8. наличие инноваций/новаций/современных технологий; 9. низкая текучесть кадров; 10. наличие большого числа постоянных клиентов; 11. широкий ассортимент / диверсифицированная компания; 12. развитая инфраструктура; 13. наличие государственной поддержки; 14. соотношение цена и качество; 15. и т.д. 	<p>Типичные слабые стороны:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. отсутствие стратегии развития; 2. устаревшие оборудование и технологии; 3. неэффективная система издержек; 4. недостаток оборотного капитала; 5. неустойчивое или слабое финансовое положение; 6. отсутствие некоторых типов ключевой квалификации и компетентности; 7. постоянные производственные проблемы; 8. узкая товарная специализация; 9. низкое качество товара; 10. дороговизна производства; 11. отсутствие рентабельности; 12. неэффективная маркетинговая деятельность; 13. неузнаваемость бренда; 14. и т.д.
<p>Типичные возможности:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. повышение покупательской способности; 2. вступление в кооперацию с другими 	<p>Типичные угрозы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. нестабильная экономическая ситуация в стране; 2. нестабильная политическая ситуация в

компаниями; 3. ослабление позиции конкурентов; 4. уменьшение числа конкурентов; 5. появление новых технологий; 6. выход на новые рынки; 7. быстрый рост рынка; 8. привлечение новых групп клиентов; 9. расширение целевой аудитории; 10. повышение лояльности со стороны стейкхолдеров; 11. снижение неопределенности окружающей среды; 12. снижение стоимости ресурсов; 13. появление новых поставщиков; 14. и т.д.	стране; 3. снижение покупательской способности; 4. колебания курсов валют; 5. изменение вкусов, требований и предпочтений клиентов; 6. изменение образа жизни; 7. уменьшение числа клиентов; 8. ожесточенная конкурентная борьба; 9. появление новых конкурентов с повышенным качеством и сниженными ценами на услуги/товары; 10. появление у конкурентов принципиально новых товаров и услуг; 11. антиреклама со стороны СМИ и общественных организаций; 12. снижение имиджа компании; 13. и т.д.
--	---

Источник: составлено автором

Для примера составления итоговой матрицы SWOT предположим, что нам необходимо провести анализ для *компании X*, которая занимается производством и продажей натуральной косметики на территории РФ. За первичную матрицу мы засчитаем Табл.1, из которой мы выделили:

1. *сильные стороны компании X*: соотношение цена и качество, широкий ассортимент, наличие постоянных клиентов;
2. *слабые стороны компании X*: неузнаваемость бренда, дороговизна производства, неустойчивое финансовое положение;
3. *потенциальные возможности*: расширение целевой аудитории за счёт привлечения новых групп клиентов, вступление в кооперацию с другими компаниями (слияние с сильными игроками рынка), снижение стоимости ресурсов;
4. *потенциальные угрозы*: изменение вкусов, требований и предпочтений клиентов; снижение покупательской способности; ожесточенная конкурентная борьба, появление новых игроков на рынке косметики.

Третий этап – это оценка влияния внутренней среды организации на её будущее, а точнее на возникновение выделенных возможностей и угроз: «0» - нейтральное значение, «+1» - положительное влияние, «-1» - отрицательное влияние:

- сильная сторона «соотношение цены и качества» положительно влияет на возникновение такой возможности, как расширение целевой аудитории, так как конкурентоспособные цена и качество позволяют расширить рынок сбыта, увеличивая количество потенциальных и реальных клиентов компании; рассматриваемая сторона позволяет минимизировать негативное влияние от

потенциальных угроз и снизить риск их возникновения за счет того, что даже в случае снижения покупательской способности у компании останется ключевое преимущество перед конкурентами за счёт выгодных цен и достойного качества; также данная сторона позволяет удерживать лидерские позиции среди конкурентов => +1

Подобным образом проводим оценку всех показателей и заполняем итоговую матрицу (Табл.2), при этом, не забывая, что оценка проводится в одностороннем порядке, т.е. мы не оцениваем, какое влияние окажут потенциальные возможности и угрозы на внутреннюю среду организации. Также при заполнении матрицы необходимо помнить, что сильные стороны могут оказывать только положительное (+1) или нейтральное (0) влияние на будущее организации, а слабые стороны – отрицательное (-1) или нейтральное (0).

Таблица 2 - Итоговая матрица SWOT

			Внешняя среда компании X						Итого
			Потенциальные возможности			Потенциальные угрозы			
			расширение целевой аудитории	слияние с сильными игроками и рынка	снижение стоимости и ресурсов	изменение вкусов, требований и предпочтений клиентов	снижение покупательской способности	ожесточенная конкурентная борьба	
Внутренняя среда компании X	Сильные стороны	соотношение цена и качество	+1	0	0	0	+1	+1	+3
		широкий ассортимент	+1	+1	0	+1	0	+1	+4
		наличие постоянных клиентов	+1	+1	0	0	0	+1	+3
	Слабые стороны	неузнаваемость бренда	-1	-1	0	-1	0	-1	-4
		дороговизна производства	0	-1	0	0	-1	-1	-3
		неустойчивое финансовое положение	-1	0	0	0	0	-1	-2
Итого		+1	0	0	0	0	0	+1/ +1	

Источник: составлено автором

После того, как показатели подсчитаны, переходим к реализации *четвертого этапа* SWOT-анализа, к формированию рекомендаций и к подготовке выводов.

В настоящий момент для рассматриваемой компании X наиболее желаемой возможностью является расширение целевой аудитории, что станет возможным после устранения такой слабой стороны, как «неузнаваемость бренда». Для повышения узнаваемости бренда необходимо пересмотреть маркетинговую и PR–кампании. Одним из эффективных способов является расширение рынка сбыта за счёт активного участия в специализированных выставочных мероприятиях и перехода к системе франчайзинг.

На основе проведённого анализа, можно также сделать вывод, что сильные стороны компании X обладают возможностью снижать риск возникновения угроз со стороны микросреды. Так, например, угрозы появления новых конкурентов и/или появления у существующих конкурентов новых товаров и услуг нейтрализуются за счёт таких конкурентных преимуществ, как соотношение цена и качество, широкий ассортимент, наличие постоянных клиентов. Следовательно, для компании X конкуренты – это не угроза, а, скорее стимул для постоянного развития и усовершенствования собственной деятельности. Рекомендуемой стратегией развития является *стратегия развития рынка*, которая предполагает поиск новых рынков для уже производимого продукта.[1]

Итоговые показатели «+1/+1» свидетельствуют о стабильном развитии компании, а также о некоем балансе между существующими показателями деятельности и планируемыми. Следовательно, необходимо и далее продолжать развивать существующую линейку товаров на существующем рынке.

Согласно матрице Ансоффа («продукт-рынок») можно рекомендовать такие стратегии, как *стратегия проникновения на рынок*, которая предполагает рост компании за счет увеличения доли существующего рынка товара, и *стратегия расширения рынка*, благодаря реализации которой произойдет рост компании за счет формирования спроса на существующий товар на новых рынках[2]. Перечисленные стратегии направлены, главным образом, на устранение такой слабой стороны, как «неузнаваемость бренда» и развитие сильных сторон «широкий ассортимент» и «наличие постоянных клиентов».

В заключении хотелось бы еще раз подчеркнуть важность проведения именно полного и развёрнутого SWOT-анализа, благодаря которому можно не только определить, что необходимо изменить в настоящем, но и разработать план мероприятий для успешного функционирования в будущем. То есть данный метод направлен, как на постановку операционных и стратегических целей. А благодаря комплексности анализа появляется возможность для определения будущих стратегий развития.

Список литературы

1. Краудсорсинговый проект Executive.ru - <http://www.e-xecutive.ru/>
2. Центр дистанционного образования Элитариум - <http://www.elitarium.ru/>

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ ГАЗОПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ СТАВРОПОЛЬСКОГО КРАЯ, С ПОМОЩЬЮ PEST-АНАЛИЗА

Овчаренко Л.Ю.

Северо-Кавказский федеральный университет, г. Ставрополь

В современных условиях формирования новых механизмов хозяйствования, ориентированных на рыночную экономику, перед предприятиями встает необходимость работать по-новому, считаясь с законами и требованиями рынка, овладевая новым типом экономического поведения, приспособлявая все стороны производственной деятельности к меняющейся ситуации. В связи с этим возрастает актуальность стратегического анализа внешней среды.

Стратегический анализ внешней среды происходит через исследование факторов, которые влияют на предприятие, определяя его, правильное функционирование и достижение целей.

К стратегическим факторам относятся факторы внешней и внутренней среды. Рассмотрим подробно факторы внешней среды.

Внешняя среда – это совокупность факторов, которые воздействуют на предприятие и оказывают влияние на эффективность его деятельности [1]. Обычно внешнюю среду разделяют следующим образом, рисунок 1.

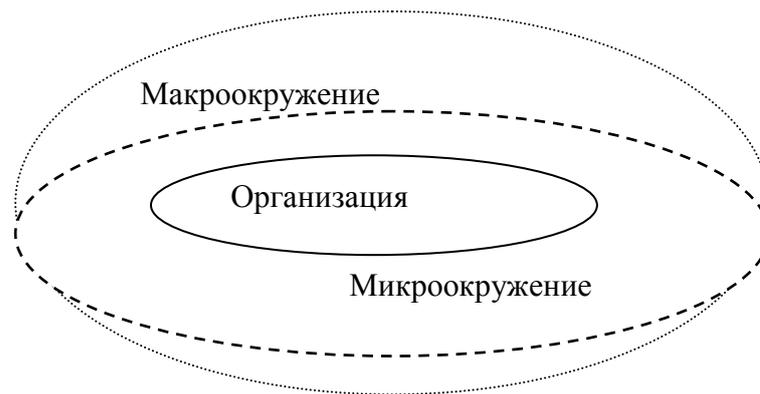


Рисунок 1 – Факторы, составляющие внешнюю среду

Макроокружение включает: экономические, политические, экологические и технологические факторы.

Микроокружение это – покупатели, поставщики, конкуренты, подрядчики, рынок рабочей силы и финансовые институты [3].

На макроокружение предприятие не может влиять, что нельзя сказать о микроокружении, на которое организация способна оказывать влияние.

Таким образом, стратегический анализ внешней среды разделяется на дальнее и ближнее окружение. Ближнее окружение оказывает непосредственное воздействие на предприятие – это поставщики, потребители и конкуренты, а дальнее – опосредованно, т.е. косвенно влияет на деятельность предприятия – факторы макроокружения.

Все указанные факторы внешней среды взаимосвязаны, поэтому анализ их воздействия на организацию должен быть скорректирован с учетом того, что изменение одного из факторов может, как создавать новые возможности для организации, так и нести новые угрозы. Приоритетность указанных факторов для каждой организации имеет свою специфику, поэтому руководству организации необходимо регулярно проводить стратегический анализ внешней среды.

Существуют различные методы стратегического анализа внешней среды организации. Наиболее известный – это PEST-анализ [2].

PEST-анализ – макроэкономическая модель оценки внешней среды для расчета фактора, которые влияют на успешное функционирование компании. Чаще всего он используется для понимания потенциального рынка при запланированном выходе на него с новым продуктом. С помощью него выявляются политические (Political), экономические (Economic), социальные (Social) и технологические (Technological) аспекты внешней среды, которые влияют на компанию.

Результаты PEST-анализа позволяют оценить внешнюю экономическую ситуацию, складывающуюся в сфере производства и коммерческой деятельности. Он применяется для анализа макроокружения.

Далее рассмотрим PEST-анализ для одного из предприятий газовой отрасли, занимающегося обслуживанием газопроводов и транспортировкой газа.

Далее выделим наиболее важные факторы макроокружения, влияющие на газопромышленные организации Ставропольского края, и занесем их в таблицу 1, формируя 4 блока: политическое окружение, экономическое окружение, социальное окружение и технологическое окружение.

Таблица 1 – PEST-анализ для предприятия газовой промышленности

Политическое окружение	Экономическое окружение
1) Несовершенная и сложная налоговая система, приводящая к установлению высоких цен на услуги и вымыванию оборотных средств предприятия; 2) Государственная поддержка, через финансирование; 3) Принятие государственных программ по развитию газовой промышленности	1) Мировой финансовый и экономический кризис; 2) Уровень инфляции; 3) Изменение инвестиционного климата в предприятие
Социальное окружение	Технологическое окружение
1) Обеспечение кадровым потенциалом и квалифицированными специалистами предприятие с помощью сотрудничества с рядом крупных учебных заведений; 2) Мнения и отношение потребителей к предоставляемым услугам предприятия; 3) Представления в СМИ, реклама и связи с общественностью	1) Внедрение достижений науки и техники в обслуживание газопроводов; 2) Использование инноваций в технологии транспортировки газа, что позволит с наименьшими потерями доставлять его до потребителя

Далее экспертным образом проведем оценку (таблица 2) влияния факторов макроокружения, выявленные в таблице 1. Оценка вероятности проявления той или иной тенденции (графа 2 таблицы 2) оценивается экспертно по шкале от 0 до 1, а влияние на организацию (графа 4 таблицы 2) – по десятибалльной шкале с учетом знака как направления влияния («+» – положительное влияние, «-» – отрицательное). Общая оценка влияния изменения факторов макроокружения на организацию (графа 5 таблицы 2) осуществляется путем умножения вероятности на баллы.

Таблица 2 – Оценка влияния факторов макроокружения на газопромышленное предприятия Ставропольского края

Изменение факторов макроокружения	Вероятность	Влияние на предприятие		Общая оценка влияния	Ответная реакция рассматриваемой организации
		описание	баллы		
1	2	3	4	5	6

Политическое окружение					
Несовершенная и сложная налоговая система, приводящая к установлению высоких цен на услуги и вымыванию оборотных средств предприятия	0,5	Повышение налога для монополистов приводит к повышению издержек предприятия	-3	-1,5	Принятие мер, направленных на выполнение требований законодательных актов
Государственная поддержка, через финансирование	0,7	Получение субсидий, финансирование	+4	+2,8	Участия в Государственной программе
Принятие государственных программ по развитию газовой промышленности	0,6	Формирование государственных заказов	+3	+1,8	Тщательная подготовка документации, предоставляемой для участия в Государственной программе
Экономическое окружение					
Мировой финансовый и экономический кризис	0,7	Ухудшение инвестиционного климата	-4	-2,8	Использование помощи от государства
Уровень инфляции	0,8	Обесценивание национальной валюты	-5	-4	Использование государственной поддержки
Изменение инвестиционного климата в предприятие	0,5	Снижение объёмов транспортировки	-2	-1	Использование средств инвесторов и государственной поддержки
Социальное окружение					
Обеспечение кадровым потенциалом и квалифицированными специалистами предприятие с помощью сотрудничества с рядом крупных учебных заведений	0,9	Повышение уровня квалификации работников, через переподготовку	+8	+7,2	Заключение договоров с Высшими учебными заведениями
Мнения и отношение потребителей к предоставляемым услугам	0,7	Изучение мнения о качестве оказываемых услуг	+5	+3,5	Проведения опросов
Представления в СМИ, реклама и связи с общественностью	0,5	Имидж, репутация, привлекательность	+6	+3	Сотрудничество со СМИ
Технологическое окружение					
Внедрение достижений науки и техники в	0,9	Возможности приобретения новой техники и	+9	+8,1	Обновление оборудования

обслуживание газопроводов		современного оборудования			
Использование инноваций в технологии транспортировки газа	0,8	Использование новых технологий	+8	+6,4	Освоение новых технологий

На основании таблицы 2, можно сделать следующие выводы: во-первых, наибольшее положительное влияние оказывают такие составляющие макросреды как обеспечение кадровым потенциалом и квалифицированными специалистами предприятие с помощью сотрудничества с рядом крупных учебных заведений (+7,2) и внедрение достижений науки и техники в обслуживание газопроводов (+8,1); во-вторых, наибольшее негативное влияние оказывают - уровень инфляции (-4) и несовершенная и сложная налоговая система, приводящая к установлению высоких цен на услуги и вымыванию оборотных средств предприятия (-1,5).

Таким образом, стратегический анализ внешней среды служит инструментом, при помощи которого руководство предприятия контролирует внешние по отношению к организации факторы, дает возможность спрогнозировать появление угроз и возможностей, разработать планы на случай возникновения непредвиденных обстоятельств, а также изменить стратегию достижения целей и способствует превращению потенциальных угроз в выгодные возможности.

Список литературы

1. Лапыгин Ю. Н. Стратегический маркетинг: Учебное пособие. / Ю.Н. Лапыгин, Р. В. Скуба – Владимир: ВИБ, 2008.
2. Пономарева Е.А. Методы маркетинговых исследований в современной практике предпринимательства // Современные тенденции развития теории и практики управления в России и за рубежом: сборник материалов II (VII) Международной научно-практической конференции. /под редакцией Л. И. Ушвицкого. Часть 1. – Ставрополь: Изд-во СКФУ, 2013 г. – 232 с.
3. Пономарева Е.А. Актуальность развития системы стратегического управления в организации // Актуальные проблемы менеджмента в РФ: формирование эффективных систем стратегического управления в Российской Федерации на федеральном и региональном уровнях: материалы международной научно-практической конференции. Часть II. Санкт-Петербург, 15 ноября 2013 г.– СПб.: Издат. Центрэконом. Ф-таСПбГУ, 2013 г. – 241 с.

СЕКЦИЯ №17.

ТЕОРИЯ УПРАВЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИМИ СИСТЕМАМИ

СЕКЦИЯ №18.

ТЕОРИЯ СОВРЕМЕННОГО МЕНЕДЖМЕНТА

ПРИМЕНЕНИЕ МЕТОДА HAZOP ДЛЯ АНАЛИЗА РИСКОВ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ ИЗМЕНЕНИЙ

Каширина К.Ю., Мазунин В.В.

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

Контурсы инновационного роста «Группы двадцати», сформулированные на встрече G20 5 сентября 2016 года, предусматривают наращивание потенциала роста в среднесрочной и долгосрочной перспективе посредством инноваций. При этом инновации определяются в документе как воплощение идей, включая новые организационные методы в деловых практиках, организации рабочих мест или внешних связях.

Формирование нового организационного устройства, адекватного характеру внешней среды, необходимо для достижения соответствия запросам рынка, сохранения конкурентоспособности, создания стоимости [7, с. 105]. В научной литературе ведется активный поиск в направлении систематизации предпосылок и видов организационных инноваций [4, с. 71], условий эффективности и оценки результативности организационных изменений [7, с. 107; 3, с. 52-55].

На наш взгляд, сам механизм управления организационными изменениями нужно дополнить блоком своевременного выявления, минимизации и эффективного предупреждения возникновения рисков, способных негативно повлиять на ход разработки и внедрения организационных изменений и устойчивость предпринимательских структур.

Сегодня риск признается важным, если не центральным, фактором управления, ... «овладение стратегией поведения в условиях риска является отличительной чертой нашего времени [5, с. 72; 6, с. 5].

Как известно, для анализа рисков проектов и процессов, которые можно считать инновационными, сегодня используется широкий круг методов – мозговой штурм, метод Дельфи, идентификация опасностей (HAZID – Hazard Identification Study), исследование опасности и работоспособности (HAZOP – Hazard and Operability Study), анализ дерева решений и т.д. [2, с. 157-158].

Продemonстрируем возможность применения метода HAZOP к оценке рисков организационных изменений с целью снижения вероятных негативных последствий предпринимаемых действий за счет принятия выверенных и взвешенных решений.

Исследование HAZOP представляет собой структурированный и систематизированный анализ запланированных или существующих продукции, процесса, процедуры или системы [1]. Метод HAZOP применяется для идентификации риска, опасностей как для внешней и внутренней среды проекта или системы. Результатом данного исследования являются конкретно сформулированные действия, направленные на обработку риска.

Hazard and Operability Study – это метод качественного анализа, в применении которого большую роль играют «управляющие слова», дающие понимание «...почему цели проектирования или условия функционирования не могут быть достигнуты на каждом этапе проекта, процесса, процедуры или системы» [1]. В исследовании HAZOP выделяют основные управляющие слова, к которым относятся термины: «не...» или «нет», «более (выше)», «меньше (ниже)», «часть, замена/напротив», «другой», «совместим». Однако экспертная группа имеет право использовать не только общие слова, но и дополнить список словами, характерными для исследуемого процесса или системы.

В табл. 1 представлен пример исследования HAZOP применительно к организационному изменению – внедрению в компании информационной системы 1С.

Таблица 1

Исследование HAZOP проекта внедрения информационной системы 1С

Управляющее слово	Отклонение	Причина	Последствия	Действия / Рекомендации
Больше	Дополнительное обучение персонала	Отсутствие квалифицированных специалистов	Уровень качества выходной продукции по проекту будет ниже приемлемого / ИС не будет в полной мере соответствовать потребностям заказчика / плановые сроки, бюджет и объем проекта не будут выдержаны / стоимость проекта увеличится	Обучение персонала / найм сотрудников с опытом работы в ИС
	Обширный функционал системы	Границы и рамки проекта определены неверно	ИС не будет соответствовать ожиданиям и потребностям заказчика.	Утверждение результатов экспресс-обследования /

			Проблемы и задачи компании, ради решения которых открывался проект, не будут решены /сотруднику будет сложно интерфейсе ИС	утверждение устава проекта / согласование и утверждение границ и рамок проекта со всеми заинтересованными лицами
	Рост сопротивления сотрудников к внедрению ИС	Недоверие к программе / страх увольнения за ненужностью	Увеличение стоимости проекта / увеличение сроков внедрения проекта	Обучение пользователей, объяснение целей и результатов проекта / административные меры и мотивация пользователей по работе в системе / управление претензиями / сохранение рабочих мест или перевод на другую должность
Меньше	Недостаточность коммуникаций между архитектором системы и пользователями ИС	Персонал и архитектор не понимают друг друга из-за отсутствия специальных знаний в области внедрения у программиста и знания информатики у персонала заказчика	Неверное определение потребностей заказчика: ИС не будет соответствовать потребностям заказчика в полной мере / принятие решений по проекту с задержкой: несоблюдение не только сроков, но и всех трех основных параметров проекта / непонятный для сотрудников интерфейс / снижение скорости работы сотрудника	Утверждение плана-графика проекта / регулярные коммуникации по проекту (совещания, статус-отчеты и т.д.) / единая команда, включающая специалистов заказчика и подрядчика / открытые коммуникации, надежность и честность по отношению к партнеру
	Недостаточные функциональные возможности системы	Границы и рамки проекта определены неверно	ИС не будет соответствовать ожиданиям и потребностям заказчика. Проблемы и задачи компании, ради решения которых открывался проект, не будут решены / сотрудник будет сложно ориентироваться в сложном интерфейсе	Утверждение результатов экспресс-обследования / утверждение устава проекта / согласование и утверждение границ и рамок проекта со всеми заинтересованными

			ИС	лицами
Нет	Отсутствие необходимого технического обеспечения у заказчика	Давно не проводилось обновление производственных фондов	ИС не будет соответствовать потребностям заказчика в полной мере. Часть целей проекта не будет достигнута или будет достигнута не так, как планировалось. Реализация этого риска на последующих фазах проекта приведет к существенным изменениям системы, существенному увеличению сроков проекта, а в некоторых случаях к его полному провалу по причине принципиальной невозможности реализации требований к ИС	Верификация архитектуры системы и реализации ключевых требований с помощью демонстрации прототипов/ уточнение концепции ИС, корректировка плана-графика проекта и бюджета при необходимости / утверждение спецификации требований к системе / утверждение контрольных примеров, на основании которых будет проводиться валидация системы

Составлено авторами

По результатам исследования можно сделать вывод о том, что метод HAZOP является эффективным инструментом для анализа рисков не только технологических, но и организационных проектов. Данное исследование позволяет идентифицировать риски на разных этапах процесса, и, следовательно, выявить последствия и разработать конкретные рекомендации для управления возможными рисками.

Список литературы

1. ГОСТ Р ИСО/МЭК 31010 – 2011. Менеджмент риска. Методы оценки риска.
2. Инвестиции: бизнес-планирование, управление проектами : учебник / С.И. Межов, С.Н. Бочаров, Ю.И. Радова, И.С. Межов. – Новосибирск: Изд-во Новосибирский государственный технический университет, 2011. – 431 с.
3. Миллер А.Е. Процедура оценки результативности организационно- технологических изменений на предприятии // Управленец. 2011. №5-6. С. 52-55.
4. Миллер А.Е. Развитие научных предпосылок организационно-технологических изменений // Вестник Омского университета. Серия: Экономика. 2016. № 1. С. 66-73.

5. Растова Ю.И. Аналитическое планирование параметров инвестиционного проекта с использованием приемов биномиального моделирования // Вестник Омского университета. Серия «Экономика». – 2015. – № 4. – С. 72-77.
6. Растова Ю.И., Растов М.А. Риск-менеджмент: учебное пособие. – СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2016. – 84 с.
7. Сафонов Е.Н., Блинов А.О. Диагностика и особенности организационных изменений на промышленных предприятиях // Современный менеджмент: проблемы и перспективы: сборник статей. В двух частях. Часть 2. – СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2016. – С. 105-108.

ВЛИЯНИЕ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ КУЛЬТУРЫ НА ЭКОНОМИКУ: РОССИЙСКИЕ ОСОБЕННОСТИ И СПЕЦИФИКА*

Хачатурян А. А.

д.э.н., профессор

Международный научно-исследовательский институт проблем управления,
г. Москва

**Статья подготовлена при финансовой поддержке Российского гуманитарного научного фонда, проект №14-02-00375 «Развитие человеческого капитала в социально-ориентированной экономике»*

Поскольку хозяйственная культура в каждой стране имеет собственную специфику, резонно задаться вопросом об универсальности рыночных моделей. Для нас важно, каким путем в развитии предпринимательства идти – американским, европейским, японским, китайским или, может быть, России нужна своя дорога к построению эффективной экономики. Как нам представляется, используемая в той или иной стране модель национальной экономики формируется в значительной мере под влиянием хозяйственной культуры ее населения.

Общепризнанно, что разные типы хозяйственной культуры неодинаково влияют на развитие рынка – одни его ускоряют, а другие могут тормозить. В этом отношении наиболее эффективными экономическими культурами в настоящее время выступают [2]:

- протестантская (англо-саксонская), давшая миру модель либерального регулирования экономики (США, Великобритания, и др.), для которой характерны в основном правовые формы регулирования хозяйственной жизни;

- католико-протестантская (западноевропейская), на основе которой возникла модель социальной рыночной экономики (Германия, Франция, Скандинавские страны), предполагающая «сильное» государство, уделяющее главное внимание эффективной социальной политике;

- конфуцианская (дальневосточная), ставшая основой корпоративной модели рыночных отношений (Япония, Южная Корея, Тайвань, Китай), в условиях которой «сильное государство» уделяет основное внимание эффективной стратегии экономического роста.

Пожалуй, ни одна из этих культур не имела таких специфических факторов развития, как российская. Это и многовековой процесс собирания земель, рассредоточенных на огромных пространствах; и изначально слабые культурные и хозяйственные связи между присоединяемыми к России территориальными общностями; постоянные войны и суровый климат, регулярно заставляющие многие народы России скорее выживать, а не думать о процветании.

Постоянная борьба российского государства за сохранение и расширение территорий требовала жесткой государственности в форме самодержавия, а также милитаризации страны и регулярного ведения военных действий и, как следствие, огромного напряжения народных сил. В результате основным системообразующим элементом российской государственности и экономики на протяжении всей истории страны выступает не столько культура, сколько власть. Власть вообще, скорее рассматриваемая как некое метафизическое явление, а не просто как форма политического, государственного или экономического управления.

В социокультурном понимании Россия всегда стояла между Европой и Азией. Причем Запад и Восток понимаются здесь не в узко географическом смысле, а как различные социокультурные системы, характеризующиеся различными нормами, ценностями, моделями поведения. От Азии Россия, со своим географическим и расово-этническим многообразием, впитывала идеи коллективистского мировоззрения, а от Европы – индивидуалистского. Между этими «полюсами» исторически и «синтезировалась» российская хозяйственная культура. Соотношение коллективистских и индивидуалистских ценностей в ней в течение исторического развития не было постоянным. Так, изначально определяющими были общинные традиции. В ходе реформ, проведенных в России П. Столыпиным в начале XX в., была сделана достаточно либеральная попытка внедрения в российскую хозяйственную культуру европейских идей индивидуализма. В советское время коллективизм опять начал насаждаться в

экономическое поведение людей. Сегодня, в условиях перехода к рыночной экономике, снова начинается откат в сторону ценностей и норм индивидуализма.

В целом же в основе формирования отечественного менталитета лежало христианство, порожденное западной цивилизацией и соединенное с духом Востока. В результате у россиян сформировался особенный менталитет, определивший соответствующую национальную модель экономического и социального поведения. В его основе лежит государственное экономическое мышление, связанное с восточными цивилизациями. Он несет такие черты, как строгая иерархичность, сильная зависимость от государства, прочная включенность личных интересов в общественные. В то же время в нем – традиционное пренебрежение государственным правом и законностью.

Для западной культуры типично понимание экономического успеха как результата собственных производственных усилий. В русской же культуре успех – это скорее следствие сложившихся обстоятельств, везения. Аналогично различаются западное и российское понимание экономической свободы. В отличие от либеральной трактовки экономической свободы как производственной независимости и ответственности предпринимателя, хозяйственная свобода в русской культуре (в сочетании с присущим ей правовым нигилизмом) выглядит скорее как экономическая вольница и производственная анархия.

Главные отличительные признаки российской экономической культуры – уравнилельные ценности, не связанные с результатами производственной деятельности человека и его достижениями. Ей органически присущи представления о «неправедности» богатства, гипертрофированная значимость личных интересов и связей. «Стандартный» россиянин исторически слабо мотивирован на большой заработок, как правило, связанный со значительными трудовыми усилиями, – он просто хочет продолжать жить так, как привык и так, «как живут все». При затруднениях он обычно не наращивает усилия, а сокращает потребности.

Идеологические догматы православия, лежащие в основе русской хозяйственной культуры, характеризуются созерцательно-аскетическим, недеятельным характером в отношении мирского усовершенствования, оставаясь, в значительной мере, равнодушным к самой идее прогресса в социальной жизни. Это отличает православие от протестантизма и, в несколько меньшей степени, от католичества, для которых характерна большая вовлеченность религиозных норм в реальную жизнь общества [2]. Можно сказать, что прообразом российского общества служит хорошо известный бублик – национальное хлебобулочное изделие без середины: у нас в обществе очень мала доля среднего класса, а

культура практически не имеет срединной части, созидающей для людей устроенную повседневность.

Практически никогда в истории российского общества не было устойчивых социальных институтов, способных сформировать экономическую культуру и механизмы повседневного исполнения обычных и рутинных дел в этой «срединной» области. Ни государство, ни церковь не способствовали созданию общественных норм, мотивирующих население, условно говоря, «ежедневно подметать улицы». Дело в том, что православная этика мало интересовалась хозяйствованием ни на макро-, ни на микроуровне, а российское государство всегда рассматривало в качестве приоритета только важнейшие для него задачи и культивировало в основном решение социально-экономических проблем общенационального значения. Национальный хозяйственный быт не представлял для него интереса. Как следствие, «область малых дел» оставалась, с одной стороны, вне общественной морали, а с другой - вне сферы государственных ценностей и норм.

Это было свойственно не только дореволюционной России. В советское время, например, особую государственную поддержку получило решение таких крупных державных задач, как создание ядерного оружия и военно-промышленного комплекса, освоение космоса, и т.п., а не, скажем, строительство дорог или больниц. Построение промышленного комплекса по производству средств производства, обеспечившего функционирование одного из самых мощных в мире военно-промышленных комплексов, многие годы было в СССР главенствующей задачей. ВПК стал наиболее успешной сферой индустриального развития в стране, что позволило ей вместе с США доминировать в послевоенном мире. В то же время промышленность, обеспечивавшая производство потребительских благ, всегда занимала второстепенное положение.

В традиционных ценностях российской хозяйственной культуры отсутствует стремление к богатству и прибыльности, а нестяжательство и бедность возведены в добродетель. Россияне в большинстве своем традиционно очень неприхотливы и привыкли довольствоваться малым. Поэтому в стране стремление к материальному благополучию, достатку никогда не служило главным мотивом к труду. Очевидно, что такие нормы хозяйственного поведения ограничивают потребности людей и подрывают стимулы к экономической предприимчивости. Примечательно, что «добро» и «справедливость», традиционно высоко стоящие в системе русских ценностей, не увязываются в национальном самосознании с категориями государственного права и закона. «Суди по совести, а не по закону» – эта традиция дожила и до сегодняшнего дня.

Персонифицированные отношения между людьми исторически заменяли в нашей стране известный в западном мире механизм правового регулирования.

По нашему мнению, при решении всех этих проблем следовало бы обратиться к эволюционной модернизации таких стран, как Япония, Китай, Южная Корея, Индия, которые сумели смягчить естественное напряжение между традиционным и современным, совместить поток экономических и социальных нововведений, сохранив при этом национальные культурные традиции. В этой связи уместно задать вопрос об универсальности основных рыночных моделей. Может ли модель, успешно зарекомендовавшая себя в одной стране, быть столь же эффективной в другой, каковы условия и возможности подобного тиражирования? Что общего и в чем специфика формирования и реализации рыночных отношений в различных странах.

При построении национальной концепции рыночного хозяйства мировой опыт можно использовать по-разному. Заведомо неприемлемы попытки копирования западных концепций, без учета специфики российского хозяйственного менталитета. Достаточно вспомнить неудачи внедрения идей «монетаризма» в социальной сфере, концепцию «шоковой» терапии, ваучеризацию и т.п. Более интересна адаптация западных подходов построения рыночных отношений к современным российским реалиям [1]. Правда, придется решать, опыт какой страны взять за основу, и какие выбрать аналоги. На что равняться в исцелении от нашей традиционной безалаберности и расхлябанности? На немецкую пунктуальность и ответственность, на английский консерватизм и порядочность, на американскую энергичность и прагматизм, на японский коллективизм и патернализм? Главное, по нашему мнению, помнить, что модель управления человеческими ресурсами в производстве есть, прежде всего, форма выражения хозяйственной ментальности.

Государственная хозяйственная идеология эффективна только тогда, когда соответствует вековым ценностям и стереотипам поведения народа. И, наоборот, в случае их несоответствия, общество начинает активно отторгать навязываемые ему извне модели хозяйствования и очень часто неадекватно, с точки зрения власти, реагирует на принимаемые ею решения. При этом, как показывает история, существуют некоторые допустимые пределы этого несоответствия, выход за которые чреват серьезными общественными и политическими катаклизмами. Вот почему искусство экономической политики состоит в том, чтобы максимально использовать для достижения поставленных ею целей сильные стороны национальной культуры хозяйствования и минимизировать действие слабых и мешающих развитию. Именно так возможно полностью использовать

конкурентные преимущества национальной хозяйственной культуры, как на внутреннем, так и на внешнем рынках.

Список литературы

1. Ю.Емельянов, А.Хачатурян. Человеческий капитал в модернизации России: Институциональный и корпоративный аспекты. М.: Издательство УРСС. 2011. 416 с.
2. А.Хачатурян. Управление человеческими ресурсами в бизнес организации: Стратегические основы. М.: Издательство УРСС. 2010. 272 с.

СЕКЦИЯ №19.

УПРАВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ ПЕРСОНАЛА

ЗНАЧЕНИЕ НЕМОНЕТАРНЫХ ТРУДОВЫХ СТИМУЛОВ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

Кремер К.И.

Военный учебно-научный центр Военно-воздушных сил «Военно-воздушная академия имени профессора Н.Е. Жуковского и Ю.А. Гагарина», г. Воронеж

В современном обществе существенно меняется отношение к труду и трудовая мотивация. В социальном государстве, каковыми на настоящий момент в большей или меньшей степени можно считать все достаточно развитые страны, занятость и получение соответствующего трудового дохода уже не является вопросом физического выживания для человека. Чем более экономически и социально развитым становится государство, тем в меньшей степени сохранение жизни, а в некоторых случаях – и финансового благополучия индивида или домохозяйства зависит от объема трудовых услуг (усилий), который они могут предложить на рынке труда.

Доходы и благосостояние отдельно взятого человека могут формироваться за счет множества источников:

- трудовые доходы (как официальные, так и неофициальные, от теневых до криминальных), которые могут быть получены на регулярной (контрактной) основе или периодически, например, в случае самостоятельного обеспечения себя заказами лицом свободной профессии;

- предпринимательские доходы, которые могут быть получены как вместо, так и одновременно с трудовыми;

- доходы от сбережений и собственности: инвестирования, кредитования, сдачи в аренду имущества и прочее;

- разовые доходы: получение наследства, подарков, выигрыши в лотереи и тотализаторы, иные подобные доходы, которые по своей сути не могут быть регулярными, зато иногда бывают существенными по размеру, а потому могут поддержать благосостояние индивида на протяжении длительного времени;

- различные виды государственной помощи: пенсии, льготы, компенсации определенных затрат;

- доходы от коммерческих и некоммерческих организаций: начиная от разовой материальной помощи от компании-работодателя или профсоюза и заканчивая, например, грантами на учебу или исследования;

- наконец, помощь других членов семьи, если таковые имеются, причем не обязательно, что в целом все они составляют единое домохозяйство.

По данным статистики последних лет, даже среди официально учитываемых доходов населения на долю трудовых приходится лишь примерно 65 – 75 %, остальные же доходы представлены предпринимательскими доходами и доходами, полученными от государства [5]. Причем следует учесть, что официальная статистика почти бессильна учесть даже доходы от собственности и доходы, названные нами выше разовыми, не говоря уж о теневых доходах и внутрисемейном перераспределении средств.

Отсюда можно сделать вывод о снижении роли оплаты труда в системе трудовой мотивации в обществе в целом.

Одновременно следует подчеркнуть, что меняются и ценности общества, в том числе в области распределения времени между трудовой и иными видами деятельности. Так, за последние десятилетия, существенно повысилась ценность досуга, активных форм отдыха. С одной стороны, появляются все новые возможности для приятного и полезного проведения досуга, с другой – зачастую эти возможности становятся все более дорогостоящими. Постепенно растет и осознание ценности самообразования, саморазвития, индивидуального творчества. На эти виды деятельности также требуется время [6].

Естественно, что все эти аспекты в разной степени привлекают разных людей, что формирует разнообразие среди личного отношения к проблеме соотношения труда и досуга [2]. Еще одним существенным фактором, формирующим такое отношение,

является уровень почасовых доходов: чем больше человек в состоянии заработать за час, тем больше у него будет вариантов выбора, сколько именно часов в неделю работать.

В результате в обществе можно более или менее четко выделить достаточно представительные по численности группы трудоспособного населения с позиции их отношения к месту трудовой деятельности в их жизни:

1. Работать, пока есть работа, как можно больше, причем независимо от уровня доходов – «денег много не бывает».

2. Интенсивно работать в течение ограниченного периода времени (дни / недели / месяцы), чтобы заработать на конкретную вещь или вид проведения досуга, а затем – временно или навсегда – отказаться от такой интенсивности труда.

3. Работать столько, сколько необходимо по закону или трудовому договору, хотя с позиции доходов можно было бы работать меньше.

4. Работать столько, сколько необходимо для обеспечения желаемого уровня благосостояния, а остальное время тратить на иные занятия.

5. Желательно по возможности вообще не работать или работать по минимуму, а доходы можно получать и из других источников.

6. Работать как получается, вообще не думать ни о разнообразии возможностей, ни о других видах деятельности (пассивная жизненная позиция в целом).

В конечном счете, мы снова приходим к мнению о снижении важности денежного стимула для побуждения человека к приложению трудовых усилий.

Если опираться на теорию мотивации А.Маслоу, то можно утверждать, что первичные потребности отходят на второй план в качестве стимулов к труду в тот момент, когда они удовлетворены на достаточно высоком уровне. Согласно мнениям исследователей, граница нищеты проходит примерно на уровне доходов в 3 прожиточных минимума, а граница бедности – 5-6 прожиточных минимумов [4]. Если предполагать, что немонетарные стимулы к труду эффективны лишь в отношении среднеобеспеченных граждан и выше, то под их действие попадает лишь порядка 30 % занятого населения России [7].

Однако практические наблюдения показывают, что это не так. Немонетарные стимулы оказываются действенными в дополнение, а иногда и практически взамен монетарных для существенной доли работающих, если не сказать – для всех.

Между тем, в отличие от материально-денежного стимулирования, которое по своей сути является универсальным, немонетарное стимулирование труда остается гораздо более затруднительным [1]. Это, прежде всего, объясняется необходимостью индивидуального подбора стимулов в случае с каждым конкретным работником. Однако,

несмотря на существенные индивидуальные различия в предпочтениях относительно немонетарных трудовых стимулов, можно выделять группы работников, на которых могут действовать определенные стимулы:

1. Досуг (например, возможность неполной занятости, телезанятость, гибкий график и другие варианты) – молодежь, молодые матери, пенсионеры, лица с доходами выше среднего уровня.

2. Карьера – молодежь и лица среднего трудоспособного возраста, мужчины (хотя в последние десятилетия и для многих женщин карьерный рост стал существенным стимулом), лица с соответствующим психологическим портретом.

3. Идея – практически в любой демографической, социальной и психографической группе найдутся люди, способные прилагать дополнительные трудовые усилия «за идею». Гораздо важнее не отобрать таких людей из группы, а найти лидера, способного такую идею предложить.

4. Престиж - лица с соответствующим психологическим портретом, лица с доходами выше среднего уровня, лица среднего и старшего трудоспособного возраста.

5. Специфика самой работы (творческий характер, опасность и т.п.) - лица с соответствующим психологическим портретом, в частности, выбирающие творческие, редкие, свободные профессии, а также службу в силовых структурах, международную деятельность и другие сферы.

6. Взаимоотношения в коллективе – молодежь, одинокие люди, но и для остальных этот фактор достаточно важен [3].

Таким образом, несмотря на трудности в применении немонетарных трудовых стимулов в практической управленческой деятельности, можно с достаточной степенью обоснованности утверждать, что в будущем их роль в стимулировании труда будет только повышаться.

Список литературы

1. Коновалова С.Н. Мотивационные модели в сельскохозяйственном производстве / С.Н.Коновалова, Т.В.Сабетова // ФЭС: Финансы. Экономика. Стратегия. - 2010. - № 4. - С. 29-34.
2. Кретьова Н.Н. К вопросу о формировании и оценки систем лояльности покупателей / Н.Н.Кретьова // Экономинфо. - 2012. - № 17. - С. 23-25.
3. Sabetova T.V. Corporate Culture As A Tool Of A Company's Competability Improvement Within Labour Market / T.V.Sabetova // Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences. - 2016. - Т. 55. - № 7. - С. 47-53.

4. Сабетова Т.В. Состояние оплаты труда на общероссийском и воронежском рынке труда / Т.В.Сабетова, Н.М.Шевцова // Агропромышленный комплекс современной России: проблемы, приоритеты развития: ФГБОУ ВПО «Воронежский государственный университет» Экономический факультет; ФГБНУ Научно-исследовательский институт экономики и организации агропромышленного комплекса Центрально-Черноземного района Российской Федерации. - 2015. - С. 166-170.
5. Сабетова Т.В. Изменения уровня оплаты труда в экономике Воронежской области в результате кризиса / Т.В.Сабетова, И.Ю.Федулова // Стратегия устойчивого развития регионов России. - 2015. - № 27. - С. 37-41.
6. Сабетова Т.В. Роли работников в инновационных процессах и усиление их инновационной активности / Т.В.Сабетова // Инновационные технологии и технические средства для АПК: материалы Международной научно-практической конференции молодых ученых и специалистов. - Воронежский государственный аграрный университет, Совет молодых ученых и специалистов. 2014. - С. 32-38.
7. Официальный сайт Росстата – www.gks.ru

УПРАВЛЕНИЕ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫМ ПОТЕНЦИАЛОМ: ОРГАНИЗАЦИЯ
КОРПОРАТИВНОГО УНИВЕРСИТЕТА

Семенова Е.Г., Махмудова И.Н.

ФГБОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»

г. Самара, Россия

Аннотация: Раскрыто понятие интеллектуального потенциала персонала, организации, рассмотрены его составляющие. Интеллектуальный потенциал организации изучается как внутренний ресурс фирмы, призванный представить ей новые конкурентные преимущества. Корпоративное обучение рассматривается как фактор повышения интеллектуального потенциала персонала организации. Анализируются особенности корпоративного обучения, выявляется потребность в корпоративном обучении сотрудников, разрабатываются пути повышения эффективности корпоративного обучения. Обосновывается применение информационных технологий обучения, способствующих повышению интеллектуального потенциала персонала предприятия.

Ключевые слова: Интеллектуальный потенциал персонала, конкурентоспособность организации, корпоративное обучение, информационные технологии обучения сотрудников.

В настоящее время в современной экономике роль информации и знаний как производственного ресурса существенно возрастает. Интеллектуальный капитал и способность людей к нововведениям и инновациям становится основным движущим ресурсом. Сегодня в России существует огромный интеллектуальный ресурс, накопленный годами и пока еще слабо используемый в условиях рыночной экономики. Согласно оценкам экспертов, интеллектуальный потенциал в нашей стране составляет 400 млрд. долл., в ней проживают 12% численности всех ученых мира. Мировая современная практика свидетельствует о появлении нового раздела науки управления и нового вида управленческой деятельности, отвечающих требованиям экономики знаний – управления интеллектуальным капиталом. [2, с.23]

Одним из эффективных инструментов управления развитием персонала организации, является корпоративный университет. По мнению Г.А. Шребера корпоративный университет – это структурное подразделение компании, обеспечивающее обучение всех сотрудников организации и являющееся одним из важных элементов разработки стратегии развития организации. Поддержание соответственного уровня развития организации находится в прямой зависимости от состояния его интеллектуального потенциала и от уровня организации корпоративного обучения. [1, с. 99]

Таким образом, корпоративный университет должен выступать в роли структурного подразделения организации, которое обеспечивает эффективность программ развития персонала, что способствует реализации стратегического развития компании. Быстрое распространение корпоративного обучения является одной из наиболее заметных и характерных особенностей развития профессионального образования и подготовки кадров для организаций. [3, с.90]

Благодаря корпоративному обучению в организации быстро решаются задачи:
Освоение сотрудниками производственных обязанностей;

Оперативность и гибкость массового обучения и повышения квалификации персонала;

Обучение персонала для освоения новой техники и технологий;

Подготовка к аттестации и оценки персонала. [5, с. 68]

Рассмотрим практику внедрения и организации корпоративных университетов. Первый корпоративный университет – Hamburger появился в 1961 году в компании VcDonalds. Основной рост создания корпоративных университетов в компаниях пришелся на 1960 годы, и к концу века их стало более 1600. В 1999 году в российских корпорациях «Роснефть», «Сургутнефтега», были образованы корпоративные университеты. Срок

обучения в них, составляет и в настоящее время от 2 до 12 месяцев. В 2000 годах другие российские компании продолжили рассматриваемую тенденцию, такие как «Лукойл», «Газпром», «РЖД». В российских организациях используется данная форма развития персонала, но при этом методология создания подобных подразделений нельзя считать достаточно проработанной. Как показывает практика, целями создания корпоративного университета являются: адаптация персонала в организации; удержание ценных кадров компании; повышение эффективности работы организации в целом. [4, с. 35]

Выделяют варианты создания корпоративного университета – альянс с традиционными учебными заведениями или специализированными консалтинговыми фирмами, либо формирование самостоятельной культуры. Как показывает современная практика, корпоративный университет является основным элементом системы развития персонала на корпоративном уровне и способствует реализации ее целей. Основными этапами системы развития персонала являются следующие:

Установление целей компании и определение приоритетов;

Составление программы обучения;

Контроль качества обучения и формирование базы знаний;

Работа с кадровым резервом в программе развития персонала;

Продажа образовательных услуг сторонним организациям;

Самостоятельное обучение – направление деятельности корпоративного университета, дающее сотрудникам компании возможность учиться в более гибком режиме, позволяющее самостоятельно выбирать направления обучения. Электронное, дистанционное, он-лайн – обучение представляет возможности для повышения квалификации персонала компании в сжатые сроки и требует финансовых затрат в основном только на этапе внедрения. Данная система электронного обучения успешно действует в «Русский алюминий», «Вымпелком», «Вимм-Биль-Данн», «Северсталь», «РЖД». [5, с.70]

Концепция создания корпоративного университета в ОАО «РЖД» была одобрена Советом директоров в 2009 году. На обучение в корпоративный университет направляются руководящий персонал, резерв кадров на руководящие должности, руководители дочерних обществ, а также перспективные молодые руководители. После 2015 года в компании пересмотрен выход корпоративного университета на внешний рынок образовательных услуг. С 2005 года в компании «Росгосстрах» успешно функционирует корпоративный университет – система подготовки стратегического кадрового резерва компании, управленцев высшего звена. [5, с.71]

Таким образом, проанализировав ситуацию внедрения корпоративных университетов развития в организациях, было выявлено, что в настоящий момент довольно часто отечественные компании прибегают к созданию собственных корпоративных университетов, так как их создание влечет за собой стратегическое развитие предприятия в целом.

Далее рассмотрим преимущества использования электронных ресурсов в организации корпоративного обучения. Главными преимуществами электронных ресурсов в корпоративном обучении является появление возможности постоянной актуализации содержания обучения и повышении мотивации и повышении возможности самообразования персонала. Для эффективного использования информационных и телекоммуникационных технологий педагогам необходимо знать основные положительные и отрицательные аспекты информатизации обучения, использования электронных изданий и ресурсов. [4, с.144]

Практика показала, что особой популярностью на Западе и России в последние годы пользуется смешанное и корпоративное обучение. Смешанное обучение, прежде всего, понимается как сочетание преимуществ электронного обучения и традиционных технологий. Существует разделение смешанного обучения на следующие модели:

Обучение, нацеленное на навыки, сочетающее самообучение с обучением при поддержке инструктора;

Обучение, нацеленное на работника, в котором сочетаются различные учебные мероприятия и методы доставки содержания обучения;

Обучение, нацеленное на компетенции, в котором смешиваются преимущества средств поддержки обучения с ресурсами и методами управления знаниями. [4, с.45]

Подводя итог по изучаемой теме можно сделать вывод, что интеллектуальный капитал имеет стратегическое значение для современной организации. Эффективное управление интеллектуальным капиталом, стимулирующее творческий подход у сотрудников к решению проблем будет способствовать повышению конкурентоспособности и развитию предприятия в современных рыночных условиях. В результате исследования предложены варианты внедрения корпоративного университета в организациях, имеющие определённую практическую значимость и применимость непосредственно на различных предприятиях страны.

Список литературы

1. Абдикеев Н.М., Брежнева Т.В. Методы оценки интеллектуального капитала компании – с. 98-104;

2. Кораблина Л.Е. статья: «Управление интеллектуальным капиталом предприятия» - с. 23-29;
3. Кудина М.В. статья: «Управление интеллектуальным потенциалом компании как элемент корпоративного управления» / Государственное управление. Электронный выпуск: (Выпуск 22) – март 2010 г. – с.87-105;
4. Насибуллин Э.Н. статья: «Корпоративное обучение как фактор повышения интеллектуального потенциала персонала организации» / Набережночелнинский государственный торгово-технологический институт – 2014 г. – с.34-46;
5. Романова М.М. статья: «Корпоративный университет – эффективный инструмент развития персонала в организации» / Интернет журнал «Науковедение»: (Том 7, №2) – 2015 г. – с. 68-77.

СЕКЦИЯ №20.

ФИНАНСЫ И НАЛОГОВАЯ ПОЛИТИКА

О НЕКОТОРЫХ ВОПРОСАХ НАЛОГОВОЙ НАГРУЗКИ В ДОБЫВАЮЩЕЙ ОТРАСЛИ

Ассума С. М., Игнатова А. С., Муравьева Е. Д.

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, г. Москва

На сегодняшний день эффективность деятельности предприятий и отрасли в целом зависит от ресурсов, которыми они обладают, в первую очередь речь идет именно о финансовых ресурсах. Важный фактор, оказывающий влияние на величину финансовых ресурсов, это налоговые платежи, которые отвлекают из оборота значительную часть денежных средств компаний. Поэтому, такой показатель, как налоговая нагрузка, является основой как для анализа эффективности управления ресурсами, так и для анализа системы налогообложения и ее оптимизации в компании.

Рассмотрим показатель налоговой нагрузки в добывающей отрасли. Добывающая отрасль - базовый сегмент российской экономики, обеспечивающий значительную часть поступлений в бюджет. В частности, без нефтегазовых доходов Россия имела бы дефицит бюджета, значительно превышающий допустимый уровень. Таким образом, нахождение оптимального уровня налоговой нагрузки, позволяющего, с одной стороны, поддерживать достаточный объем налоговых поступлений и, с другой стороны, - сохранять возможность для экономического роста для данной отрасли играет ключевую роль.

В таблице 1 представлены поступления в бюджет от отрасли за 2013-2015 гг. по основным видам налогов.

Таблица 1

Динамика налоговых поступлений в консолидированный бюджет РФ[1]

Год		2013		2014		2015	
		Всего	Добыча полезных ископаемых	Всего	Добыча полезных ископаемых	Всего	Добыча полезных ископаемых
Поступило платежей в консолидированный бюджет РФ, млн.руб.		11322650	3274721	12606292	3764146	13707086	4297049
в том числе, млн. руб.:	налог на прибыль организаций	2051546	312298	2294139	404261	2442174	515069
	налог на добавленную стоимость	1977041	217073	2300822	188820	2589434	168850
	акцизы по подакцизным товарам	958929	50561	1010379	54944	1020956	40925
	налоги и сборы за пользование природными ресурсами	2580495	2481742	2908700	2824629	3231599	3179836
	налог на добычу полезных ископаемых	2575778	2481561	2904124	2824460	3226821	3179624

По данным расчета можно сделать вывод, что общая сумма уплачиваемых налогов по отрасли составляет почти треть всех поступлений в консолидированный бюджет РФ, что говорит о том, что данная отрасль приносит немалый доход бюджету. Соответственно, закономерен вопрос о показателях налоговой нагрузки добывающей отрасли (табл.2).

Таблица 2

Налоговая нагрузка по видам экономической деятельности, в процентах[2]

Вид экономической деятельности	2013 год	2014 год	2015 год
Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	2,9	3,4	3,5

Рыболовство, рыбоводство	6,6	6,2	6,5
Добыча полезных ископаемых, в том числе:	35,7	38,5	37,9
добыча топливно-энергетических полезных ископаемых	39,6	42,6	41,5
добыча полезных ископаемых, кроме топливно-энергетических	8,2	8,3	11,3
Обрабатывающие производства	7,2	7,1	7,1
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	4,6	4,8	5,4
Строительство	12,0	12,3	12,7
Оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования	2,6	2,6	2,7
Гостиницы и рестораны	8,9	9,0	9,0
Транспорт и связь	7,5	7,8	7,3
Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	17,9	17,5	17,2
Предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг	26,6	25,8	25,6

Данные таблицы 2 показывают, что налоговая нагрузка на добычу полезных ископаемых довольно высокая в сравнении с другими видами экономической деятельности, причем основную долю налоговой нагрузки составляет добыча именно топливно-энергетических полезных ископаемых.

Для примера расчета налоговой нагрузки в отрасли, целесообразно рассчитать налоговую нагрузку одной из добывающих компаний - ПАО Роснефть по двум основным методикам – Министерства финансов (далее Минфин) и Федеральной налоговой службы (далее ФНС), а также одной авторской - Литвина.

По методике Минфина налоговая нагрузка рассчитывается по следующей формуле:

$$НН_{\text{Минфин}} = \left(\frac{\sum \text{Налоговых платежей}}{\sum \text{Выручки}} \right) * 100\%$$

Причем стоит отметить, что в сумму налоговых платежей входят все налоговые платежи компании, включая налог на доходы физических лиц (далее НДФЛ) и обязательные страховые взносы (далее ОСВ).

По методике ФНС данный показатель рассчитывается как:

$$НН_{\text{ФНС}} = \left(\frac{\sum \text{Налоговых платежей}}{\sum \text{Выручки}} \right) * 100\%$$

Только в данной методике в налоговых платежах учитывается сумма всех налоговых платежей, за исключением НДС и ОСВ.

По методике Литвина формула налоговой нагрузки выглядит следующим образом:

$$НН_{\text{Литвин}} = \left(\frac{\sum \text{Налоговых платежей} + \sum \text{ОСВ}}{\text{Источник дохода}} \right) * 100\%$$

В последней методике источником дохода является сумма общей выручки, а в сумму налоговых платежей не включается НДС.

По всем методикам расчета налоговой нагрузки сумма выручки берется с учетом налога на добавленную стоимость (далее НДС).

В таблице 3 приведены нужные для расчетов показатели по данным Консолидированных финансовых отчетностей ПАО Роснефть на 31 декабря 2013, 2014 и 2015 годов.

Таблица 3

Показатели деятельности ПАО Роснефть за 2013- 2015 гг., млрд.руб[3]

Год	Выручка без учета НДС	Выручка с учетом НДС	НДПИ	НнПО	НДФЛ	Акцизы	НниО	Прочие налоги	ОСВ
2013	4694	5539	829	81	19	136	22	37	31
2014	5503	6494	982	128	25	139	28	46	39
2015	5150	6077	1091	104	23	103	31	52	47

Используя показатели в таблице 3, рассчитаем налоговую нагрузку по приведенным выше формулам и получим:

Таблица 4

Налоговая нагрузка ПАО «Роснефть» за 2013- 2015 гг., %[4]

Год	Методика Минфина	Методика ФНС	Методика Литвина
2013	21,65	20,26	20,82
2014	21,36	20,37	20,97
2015	23,93	22,72	23,50

Проанализировав таблицы 2 и 4, можно отметить, что налоговая нагрузка Роснефти более чем на 10% меньше показателя налоговой нагрузки по отрасли, из чего следует вывод о том, что налоговая оптимизация в компании проводится с высокими рисками и подлежит коррекции, так как в дальнейшем это может негативно сказаться на эффективности деятельности предприятия.

Для корректного анализа оптимальности уровня налоговой нагрузки следует, в первую очередь, рассмотреть экономическую эффективность деятельности предприятий

данной отрасли. Интегральным показателем эффективности деятельности является рентабельность, поскольку рентабельность представляет собой процентное соотношение между прибылью и вложенными средствами и позволяет сделать вывод о том, насколько прибыльна деятельность предприятия.

Рассмотрим некоторые показатели рентабельности деятельности организаций нефтедобывающего сектора на примере ПАО «НК «Роснефть». Показатель рентабельности продаж характеризует финансовую результативность деятельности, показывает какую часть выручки, составляет прибыль организации. Рентабельность затрат отражает окупаемость средств, расходуемых на производство, характеризует прибыль, получаемую с каждого вложенного в производство и реализацию рубля.

Анализ деятельности компании показал, что рентабельность затрат данной организации значительно превышает показатель рентабельности продаж (табл. 5). Однако, данные показатели сохраняют отрицательную динамику в течение трех последних лет после резкого снижения в 2014 году, явившегося результатом падения цен на нефть (рис. 1). Таким образом, снижение показателей рентабельности свидетельствует о росте себестоимости продукции и снижении прибыли от реализации.

Таблица 5

Рентабельность деятельности ПАО Роснефть, %

Год	2013	2014	2015
Рентабельность продаж[5]	11,74	6,36	6,91
Рентабельность затрат [6]	15,27	9,73	10,35

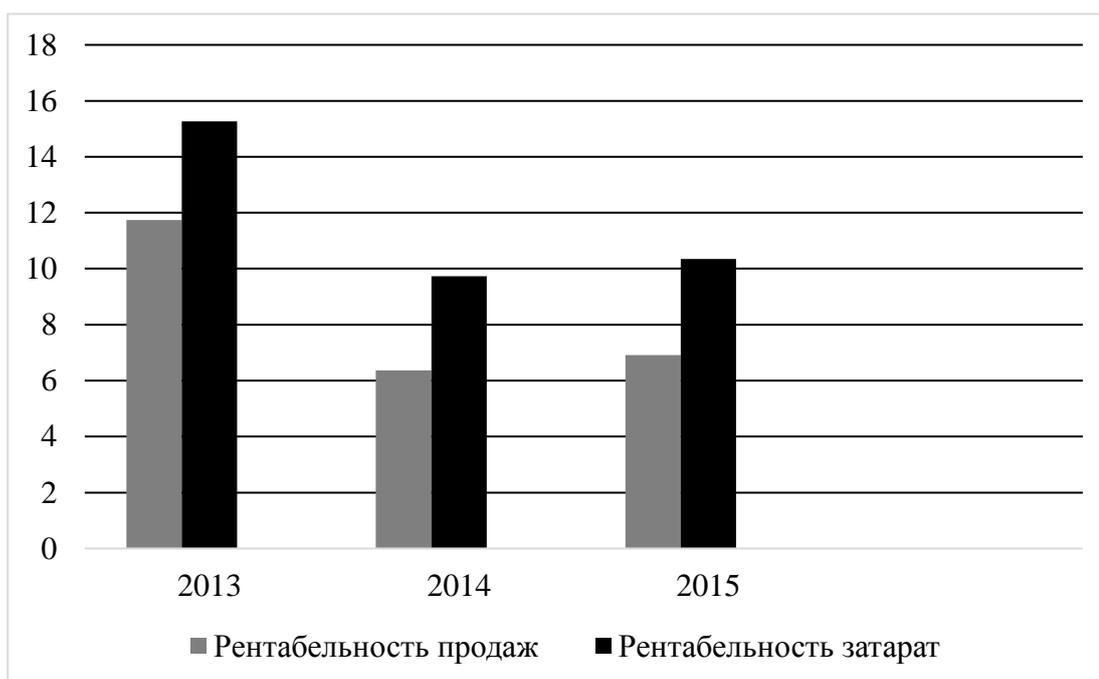


Рис. 1. Динамика рентабельности деятельности ПАО Роснефть, %

При этом, стоит отметить, что если, например, рентабельность обрабатывающих производств выше, чем налоговая нагрузка, то рентабельность добычи топливно-энергетических полезных ископаемых на 17.1% ниже, чем налоговая нагрузка. В отношении налоговой нагрузки добычи полезных ископаемых, кроме топливно-энергетических, данный показатель существенно ниже, чем рентабельность на 35,6 %.

На примере крупнейшей нефтяной компании «Роснефть» видно, что нефтяной сектор в России отличается низкой рентабельностью производства и дело не в высокой налоговой нагрузке. Одной из проблем, является истощение недр. В связи с этим, издержки на добычу нефти растут, и многие компании либо отказываются затрачивать больше, чтобы получить на выходе столько же сырья, либо вкладываются в разработку новых месторождений, а истощенные месторождения остаются заброшенными. Данная проблема приводит к тому, что рентабельность продаж не покрывает рентабельность затрат. Поэтому, при сравнительно невысокой налоговой нагрузке, нефтегазовая отрасль является одной из наиболее прибыльных в экономике (рис.2).



Рис.2. Рейтинг РБК по самым прибыльным отраслям экономики за 2014 год[7]

¹Официальный сайт ФНС – www.nalog.ru

²Приложение № 3 к Приказу ФНС России от 30.05.07 №ММ-3-06/333@

³ Официальный сайт Публичного акционерного общества Роснефть - <https://www.rosneft.ru/>

⁴ Составлено автором

⁵ Коэффициент рентабельности продаж – соотношение между чистой прибылью и величиной выручки

⁶ Коэффициент рентабельности затрат соотношение между прибылью до налогообложения и полной себестоимостью проданных товаров

⁷ Миледин П. «Не слезая с иглы: нефть и газ обеспечили 98% прибыли российских компаний» РБК 24.09.2015 URL : <http://www.rbc.ru/finances/24/09/2015/560330bd9a794776bcd6c648>

Список литературы

1. Миледин П. «Не слезая с иглы: нефть и газ обеспечили 98% прибыли российских компаний» РБК 24.09.2015 URL: <http://www.rbc.ru/finances/24/09/2015/560330bd9a794776bcd6c648>
2. Отчет о поступлении налогов и сборов в консолидированный бюджет Российской Федерации по основным видам экономической деятельности по форме №1-НОМ
3. Официальный сайт ФНС – www.nalog.ru
4. Официальный сайт Публичного акционерного общества Роснефть - <https://www.rosneft.ru/>
5. Приложение № 3 к Приказу ФНС России от 30.05.07 №ММ-3-06/333@

ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОЙ БЮДЖЕТНО-НАЛОГОВОЙ ПОЛИТИКИ ПРАВИТЕЛЬСТВА КАНАДЫ

Хорохонов Д.Ю.

к.э.н., Минэкономразвития России

По данным Министерства финансов Канады, доходы федерального бюджета за период с апреля по декабрь 2015 года составили 212,1 млрд. кан. долл., превысив на 15,6 млрд. долл. (7 %) соответствующий показатель аналогичного периода прошлого года, что, прежде всего, говорит о значительном росте налоговой нагрузки на экономику Канады в условиях рецессии и обвала ценовых котировок на мировых сырьевых рынках.

Таблица 1

Изменение структуры доходов федерального бюджета Канады млрд. кан. долл.

Наименование показателя	Период				
	апрель-декабрь 2014 г.	доля статьи в структуре доходов, %	апрель-декабрь 2015 г.	доля статьи в структуре доходов, %	Темп прироста (2015 г. к 2014 г., %)
Налоговые доходы	182,884	81,9	196,622	82,4	7,5
поступления по налогам на доходы, в т.ч.	142,821	64,0	153,692	64,3	7,6
налог на доходы физических лиц	110,659	49,6	116,843	48,9	5,6
налог на прибыль корпораций	26,949	12,1	31,330	13,1	16,3

налог на доходы нерезидентов	5,213	2,3	5,519	2,3	5,9
акцизные сборы и пошлины, в т.ч.	40,063	17,9	42,930	18,0	7,2
налог на товары и услуги	26,743	12,0	28,654	12,0	7,1
налоги на энергоносители	4,610	2,1	4,756	2,0	3,2
ввозные таможенные пошлины	3,775	1,7	4,447	1,9	17,8
прочие акцизные сборы и пошлины	4,935	2,2	5,073	2,1	2,8
Премии по договорам обязательного страхования занятости	17,220	7,7	17,772	7,4	3,2
Прочие доходы	23,178	10,4	24,445	10,2	5,5
ИТОГО ДОХОДЫ	223,282	100,0	238,839	100,0	7,0

Источник: Министерство финансов Канады

Наибольший удельный вес в структуре доходов федерального бюджета (82,4 % или 196,6 млрд. долл. в абсолютном выражении) принадлежит налоговым доходам. В свою очередь, на премии по договорам обязательного страхования занятости и прочие доходы приходится 17,8 млрд. долл. (7,4 %) и 24,5 млрд. долл. (10,2 %), соответственно.

Ключевыми отдельными статьями доходов федерального бюджета явились поступления по налогу на доходы физических лиц (48,9 % или 116,8 млрд. долл.), по налогу на прибыль корпораций (13,1 % или 31,3 млрд. долл.), и налогу на товары и услуги (12,0 % или 28,7 млрд. долл.).

Наиболее высокими темпами возросли поступления в федеральный бюджет платежей по ввозным таможенным пошлинам (на 17,8 % или 0,7 млрд. долл.) и поступления по налогу на прибыль корпораций (на 16,3 % или 4,4 млрд. долл.).

По итогам 2015 года средняя величина ставки по налогу на прибыль корпораций составила 26,5 %. По данному показателю Канада занимает шестое место среди стран G7. Наибольшая величина ставки установлена в США (38,5 %) и Франции (37,5 %), наименьшая – в Великобритании (20 %).

Расходы федерального бюджета Канады за рассматриваемый период составили 234,6 млрд. кан. долл. (прирост составил 5,7 % или 13 млрд. кан. долл.).

Наибольший удельный вес в структуре расходов федерального бюджета по итогам апреля-декабря 2015 года занимают непосредственные программные расходы (38 % или 89,3 млрд. долл.), которые связаны с обеспечением деятельности федеральных министерств, ведомств, государственных корпораций и финансовой поддержкой курируемых ими отраслей экономики и социальной сферы. Причем финансирование государственного аппарата (и государственных корпораций) в отчетном периоде составило 63,6 млрд. долл. (71,2 % от непосредственных программных расходов).

Таблица 2

Изменение структуры расходов федерального бюджета Канады млрд. долл.

Наименование показателя	Период				
	апрель-декабрь 2014 г.	доля статьи в структуре расходов, %	апрель-декабрь 2015 г.	доля статьи в структуре расходов, %	Темп прироста (2015 г. к 2014 г., %)
Основные трансферты населению	61,618	27,8	68,600	29,2	11,3
выплаты по достижению пенсионного возраста	36,232	16,3	37,706	16,1	4,1
выплаты по договорам обязательного страхования занятости	14,565	6,6	15,980	6,8	9,7
выплаты на содержание детей	10,821	4,9	14,914	6,4	37,8
Основные трансферты в бюджеты других уровней бюджетной системы	52,498	23,7	54,915	23,4	4,6
поддержка здравоохранения и финансирование других отраслей социальной сферы	37,247	16,8	39,153	16,7	5,1
трансферты на развитие здравоохранения Канады	26,762	12,1	28,354	12,1	5,9
трансферты на развитие социальной сферы Канады	10,485	4,7	10,799	4,6	3,0
фискальные механизмы и другие трансферты	17,077	7,7	17,562	7,5	2,8
поддержка крупных городов и местных сообществ	1,932	0,9	1,910	0,8	-1,1
расходы, связанные со снижением налоговой нагрузки на граждан провинции Квебек	-3,758		-3,710		-1,3
Непосредственные программные расходы	84,943	38,3	89,251	38,0	6,9
трансферты, в том числе по следующим отраслям и сферам:	25,916	11,7	25,698	11,0	-0,8
коренное население и развитие Севера	4,966	2,2	5,922	2,5	19,3
агропромышленный комплекс	0,764	0,3	0,962	0,4	25,9
занятость и социальное обеспечение	4,758	2,1	4,858	2,1	2,1
международное сотрудничество, торговля и развитие	1,966	0,9	2,402	1,0	22,2
здравоохранение	2,530	1,1	2,553	1,1	0,9
промышленность	1,815	0,8	0,753	0,3	-58,5
прочие	9,114	4,1	8,248	3,5	-9,5
прочие непосредственные программные расходы, в том числе	59,027	26,6	63,553	27,1	7,7
поддержка государственных корпораций	6,113	2,8	7,013	3,0	14,7
обеспечение национальной обороны	16,626	7,5	18,711	8,0	12,5
содержание прочих ведомств	36,288	16,3	37,829	16,1	4,2
Выплаты по государственному долгу	22,914	10,3	21,805	9,3	-4,8

ИТОГО РАСХОДЫ	221,973	100,0	234,571	100,0	5,7
----------------------	----------------	--------------	----------------	--------------	------------

Источник: Министерство финансов Канады

Реализация же федеральных программ и проектов поддержки отраслей национальной экономики и социальной сферы потребовала финансирования 25,7 млрд. долл. (28,2 % от непосредственных программных расходов). Такое непропорциональное соотношение отражает достаточную громоздкость государственного аппарата, относящегося к федеральному уровню публичной власти.

Размер межбюджетных трансфертов федерального бюджета Канады в другие уровни бюджетной системы страны за рассматриваемый период составил 54,9 млрд. долл. или 23,4 % от общего объема расходов федерального бюджета. При этом рост показателя в сравнении с аналогичным периодом 2014 года составил 4,6 %. Наибольшие объемы финансирования (39,2 млрд. долл. или 71,0 % от общего размера межбюджетных трансфертов) были направлены на поддержку деятельности правительств провинций и северных территорий страны по обеспечению стабильного функционирования отраслей социальной сферы.

Доля основных трансфертов населению в расходах федерального бюджета превысила 29 % (или 68,6 млрд. долл.). Наибольшую долю (55 %) занимают выплаты по достижению пенсионного возраста (37,7 млрд. долл.). Доля этой статьи в структуре расходов бюджета также весьма значительна – 16,1 %. При этом за год произошло увеличение размера указанных выплат на 1,5 млрд. долл. (на 4,1 %).

В этой связи необходимо обратить внимание на тот факт, что в 2015 году впервые в современной истории страны численность граждан старше 65 лет (около 6 млн. чел.) превысила численность лиц моложе 15 лет. Кроме того, эксперты прогнозируют увеличение этого разрыва. Так, к 2025 году ожидается, что число пенсионеров достигнет 8 млн. чел., превысив на 2 млн. численность молодежи в возрасте до 15 лет.

Серьезной проблемой в финансовой сфере Канады остается существенная величина госдолга. Бюджет на 2015-16 финансовый год был сверстан в условиях соотношения госдолга и ВВП страны, равном 31,2 %. Бюджет на очередной финансовый год предполагает рост данного показателя до 32,5 %. Вместе с тем, разработчики проекта бюджета отметили, что Канада имеет минимальное значение указанного соотношения среди стран G7. Кроме того, за последние двадцать лет произошло постепенное снижение соотношения госдолга к ВВП страны более чем в два раза (в 1994-95 финансовом году соотношение составило 66 %).

Новое либеральное Правительство Канады во главе с Премьер-министром Дж. Трюдо, пришедшее к власти в октябре 2015 года в результате парламентских

выборов, придало огласке планы по формированию федерального бюджета страны на предстоящий пятилетний период (табл. 3).

В соответствии с намерениями либералов бюджет страны будет формироваться со значительным дефицитом, пиковое значение которого запланировано на 2016-17 финансовый год. При этом к концу пятилетнего периода планируется постепенное снижение размера дефицита.

Таблица 3

Прогноз основных параметров федерального бюджета Канады млрд. долл.

Показатель	Финансовый год					
	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21
Дефицит	5,4	29,4	29,0	22,8	17,7	14,3
Федеральный государственный долг	619,3	648,7	677,7	700,5	678,2	732,5
Отношение федерального госдолга к ВВП Канады, %	31,2	32,5	32,4	32,1	31,6	30,9

Источник: Министерство финансов Канады, 2016 г.

Нельзя не отметить, что до 2021 года заметного снижения величины федерального государственного долга не произойдет. Однако, как планирует Правительство Канады, соотношение госдолга к валовому внутреннему продукту страны будет постепенно сокращаться (с 32,5 % в 2016 г. до 30,9 % в 2020 г.).

СЕКЦИЯ №21.

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ

АНАЛИЗ НАЛОГОВЫХ ДОХОДОВ РЕГИОНАЛЬНЫХ БЮДЖЕТОВ РФ

Деметрюк Э.Э.

Российский государственный социальный университет, г. Москва

Региональная налоговая политика является элементом налоговой политики государства: каждый субъект федеративного государства заинтересован в полноценном развитии своего хозяйственного комплекса, обеспечения своей финансовой самодостаточности и укреплении доходной базы бюджета. Субъекты Российской Федерации имеют различия по структуре взимаемых налогов, отношению жителей к государственным программам и другим показателям, однако каждый регион стремится найти индивидуальную позицию в налоговой политике, построить собственный комплекс

стратегий и инструментов реализации данной политики, объективно оценить свои налоговые ресурсы.

В среднем на долю региональных налогов в структуре налоговых доходов региональных бюджетов приходится от 10 до 15%. Еще меньшая доля (3-5%) формируется за счет местных налогов в местных бюджетах. Это можно объяснить их низкой фискальной значимостью, а также ограниченным числом местных и региональных налогов. Основное место в группе налоговых доходов территориальных бюджетов отведено отчислениям от федеральных доходов.

Следствием из ограниченного объема доходных полномочий субъектов РФ и муниципальных образований является невозможность расходов территориальных бюджетов полностью обеспечиваться за счет налоговых и неналоговых доходов. Их недостаток восполняется за счет межбюджетных трансферт, которые выделяют регионам из федерального бюджета; из регионального бюджета трансферты выделяются муниципалитетам. В конечном итоге удельный вес налоговых и неналоговых доходов составляет около $\frac{3}{4}$ общей величины доходных поступлений консолидированных бюджетов субъектов Российской Федерации.

Рассмотрим собственные налоговые доходы субъектов РФ в разрезе нескольких субъектов центрального федерального округа РФ по состоянию на 01.04.2016 г. (таблица 1).[1]

Таблица 1 – Собственные налоговые доходы субъектов РФ (млн.руб.)

Субъект РФ	Региональные налоги и сборы, всего, млн. руб.	Из них:	
		Налог на имущество организаций, млн.руб.	Транспортный налог, млн.руб.
Центральный федеральный округ:	51 880, 2	42 179,7	9 646,3
Белгородская область	1 679,3	1 496,0	182,2
Брянская область	649,1	545,7	101,3
Владимирская область	871,1	751,7	118,5
Воронежская область	2 157,3	1 916,7	238,8
Ивановская область	455,6	377,9	77,3
Калужская область	890,6	799,1	91,9
Костромская область	314,2	245,5	68,2
Курская область	614,5	526,0	87,3
Липецкая область	1 285,6	1 168,7	115,5
Московская область	10 260,6	8 676,9	1 576,9
Орловская область	386,2	319,1	66,6
Рязанская область	1 192,7	1 080,2	112,1
Смоленская область	865,1	777,7	85,9

Тамбовская область	579,3	491,4	87,2
Тверская область	1 610,7	1 486,0	123,6
Тульская область	1 177,9	1 043,3	132,9
Ярославская область	1 210,3	1 078,0	131,4

Данные таблицы 1 показывают, что Московской области принадлежит наибольшая доля собственных налоговых поступлений регионального бюджета. Затем по показателям идут Воронежская область, Белгородская область, Тверская область и другие регионы. В Орловской и Костромской областях наблюдается наименьший положительный показатель.

На примере Орловской области, в которой показатель собственных доходов наименьший, рассмотрим структуру налоговых доходов за январь-август 2016 г (таблица 2).

Таблица 2. Структура поступлений основных администрируемых налоговых доходов Орловской области за январь-август 2016 года[2]

Показатель	Сумма млн. руб.	Доля НП в региональном бюджете, %
Налоговые доходы	10 496,9	100
из них:		
1) налог на прибыль организаций	2 366,5	22,5
2) налог на доходы физических лиц	5 107,2	48,7
3) акцизы	30,5	0,3
4) налог на имущество физических лиц	1,8	0,02
5) налог на имущество организаций	1 305,4	12,4
6) земельный налог	396,9	3,8
7) транспортный налог	142,0	1,4
5) налог на добычу полезных ископаемых	5,7	0,1
6) Остальные налоги и сборы	1 140,90	10,9

Показатели дают понять, что поступления от региональных налогов малы и составляют в общей структуре налоговых доходов бюджета не более 14%. Доля основных налоговых источников формирования бюджета орловской области в налоговых доходах составляет 71,2%, этими источниками являются поступления от федеральных налогов: НДФЛ, налог на прибыль организаций.

Таблица 3 показывает статистические данные по налоговым поступлениям в региональный бюджет города Москвы за январь-август 2016г. по видам налогов. Поскольку в Москве доля поступления региональных налогов превалирует, на этом примере рассмотрим структуру налоговых поступлений бюджета с целью выявления основных источников дохода.

Таблица 3 – Структура доходов бюджета г. Москвы по видам налогов за январь-август 2016г.[3]

Название налога	Налоговые доходы регионального бюджета, млн. руб.	Доля НП в региональном бюджете, %
Налог на прибыль организации	402 714,0	38,6
Налог на доходы физических лиц	472 273,9	45,3
Налог на имущество организаций	70 948,4	6,8
Акцизы	21 079,4	2,0
Транспортный налог	7 653,8	0,7
Земельный налог	13 116,0	1,3
Налог на имущество физических лиц	608,3	0,1
Налог на добычу полезных ископаемых	1,0	0,0001
Остальные налоги и сборы	53 721,6	5,2
Итого	1 042 116,3	100,00

На основании данных, представленных в таблице 3, можно сделать вывод, что основную часть регионального бюджета также формируют два вида федерального налога: налог на прибыль организаций (38,6%) и налог на доходы физических лиц (45,3%). Большинство регионов не случайно использует регулирующие возможности налога на прибыль организаций. Другие налоги имеют существенно меньший вес в совокупных налоговых поступлениях регионального бюджета города Москвы. Поскольку для выявления основных видов налогов недостаточно рассмотрения среза статистических данных за один период, рассмотрим динамику налоговых поступлений в региональный бюджет по видам налогов г. Москвы за период, начиная с 2011 по 2016 гг. Ниже в таблице 4 показаны данные по темпам роста налоговых поступлений в разрезе видов налогов.

Таблица 4 - Темпы роста налоговых поступлений регионального бюджета г. Москвы по видам налогов, 2012-2016 гг., в % к 2011 г.[4]

Наименование налога	2012	2013	2014	На 01.01.2016
Налог на прибыль организаций	123,5	109,9	109,8	113,7
Налог на доходы физических лиц	123,9	138,3	151,4	107,4
Налог на имущество организаций	131,1	142,1	138,9	141,2
Акцизы	146,8	148,7	117,8	131,6
Транспортный налог	95,2	105,0	110,8	60,0
Земельный налог	139,7	161,4	170,1	96,1
Налог на имущество физических лиц	69,1	94,6	144,9	26,5
Налог на добычу полезных ископаемых	103,8	17,7	106,9	441,2
Остальные налоги и сборы	103,7	110,8	115,4	129,0

Данные таблицы 4 говорят о том, что на 01.01.2016 прослеживается положительная динамика налоговых поступлений почти по всем видам налогов. Для наглядности построим график динамики изменения темпов роста налоговых поступлений региональных налогов за рассматриваемый период времени в бюджет г. Москвы (график 1).

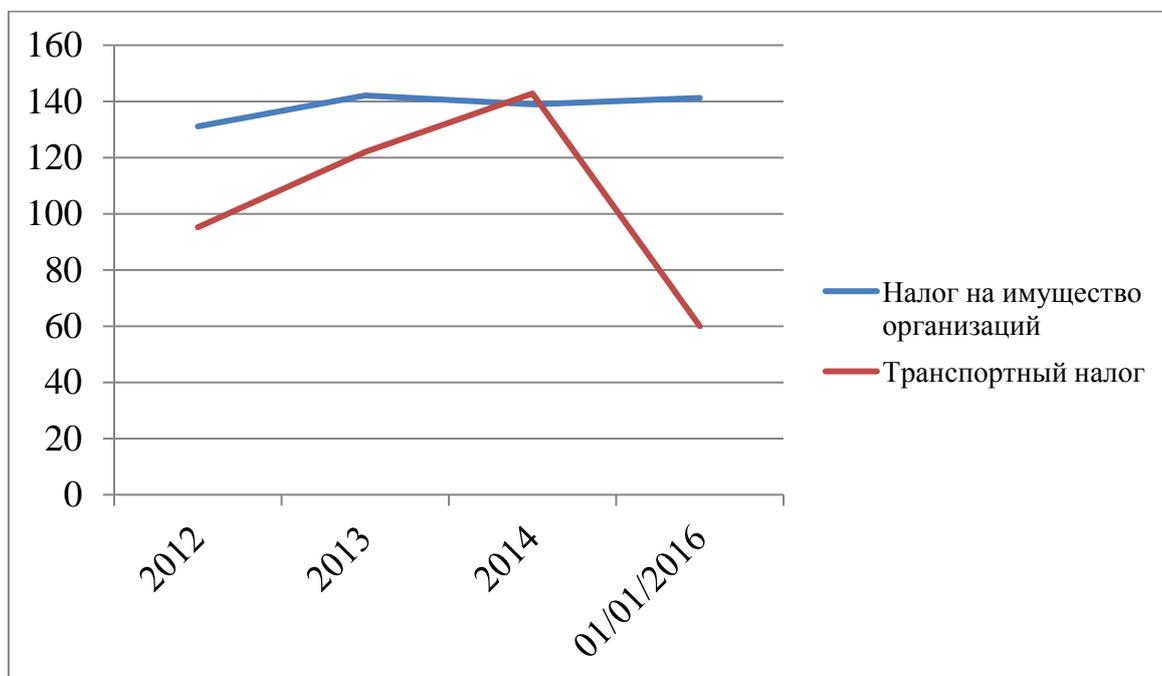


График 1 – Динамика темпов роста поступлений региональных налогов в бюджет г. Москвы (в % к 2011 г.)

Данный график показывает положительную тенденцию поступлений транспортного налога в течение периода 2012-2014 гг., однако на 01.01.2016г. поступления от транспортного налога заметно сократились; за весь рассматриваемый период положительной динамикой обладали поступления налога на имущество организаций.

Результаты проведенного анализа позволяют сделать вывод о том, что в России существенны роль и значение налогов на имущество. Тем не менее, за последний двадцать лет их доля в доходах государства снизилась, что обуславливается сокращением состава объектов налогообложения, а также увеличением изношенности оборудовании и возросшей долей иных налогов. В частности, в 2012 году доля налога на имущество организации в налоговых доходах консолидированного бюджета РФ снизилась до 4,16%, тогда как в 2001 году она составляла около 11%. Роль имущественных налогов заключается не только в ее фискальном значении, но и в том, что они при качественном

налоговом администрировании содержат элементы экономического стимула, являясь механизмом регулирования экономических отношений.

Удельный вес налога на имущество организаций за 2015 год составил 69%.[5] По статистическим данным этот налог обеспечивает около 8,5% доходов бюджетов субъектов РФ, что дает право утверждать, что он занимает центральное место в системе имущественных налогов, несмотря на снижение общей доли налогов с объектов имущества в доходах российского государства.

Поступления транспортного налога в консолидированные бюджеты субъектов Российской Федерации в 2012 году составили 90,16 миллиардов рублей, что на 8%, или на 6,9 миллиардов больше, чем в 2011 году. Увеличение ставок налога в соответствии с законами субъектов РФ, а также рост количества транспортных средств, находящихся в собственности, оказали влияние на рост поступлений транспортного налога в 2012 году. В 2013 году поступления по транспортному налогу увеличился на 18% по сравнению за аналогичный период 2012 года, его поступления составили 81 миллиард рублей. Верификация баз данных налоговых органов и органов ГИБДД МВД России обуславливает рост этих поступлений. По ее итогам увеличилось количество транспортных средств, которые вовлекаются в налоговый оборот по транспортному налогу на 1,6 миллионов объектов. Это позволило дополнительно привлечь к уплате транспортного налога порядка 1 миллиона налогоплательщиков. Однако данные за 2015-2016г. показывают, что поступления от транспортного налога сократились вдвое, его собираемость в настоящее время не превышает порога в 40%.

Региональные власти не имеют нужного объема налоговых полномочий, поэтому не могут полностью обеспечить свои расходные обязательства. Это объясняет низкую долю собственных налоговых доходов региональных бюджетов. Подобное распределение доходов вытекает из существующего сейчас разделения налоговых доходов между различными уровнями власти, которое характеризуется существенными недостатками. К их числу можно отнести два наиболее значимых по своим фискальным последствиям.

Во-первых, в состав федеральных налогов и сборов включены наиболее значимые по объему и устойчивые по поступлению виды налогов, тогда как к региональным налогам отнесены налоги, отличающиеся низким фискальным потенциалом. Достаточно сказать, что в структуре налоговых доходов консолидированного бюджета РФ преобладают федеральные налоги и сборы, на долю которых приходится 92,2% общей величины налоговых поступлений, тогда как удельный вес региональных налогов составляет 5,6%.[6]

Во-вторых, состав налогоплательщиков и элементы налогообложения по региональным налогам устанавливаются федеральным законодательством, в то время как органы государственной власти субъектов РФ обладают ограниченными права по их регулированию. В результате субъекты РФ не могут оказать существенного влияния на объем региональных налогов, поступающих в их бюджет.

Таким образом, отсутствие возможностей принятия самостоятельных законодательных решений в сфере налогов и сборов, а также проведения определенной налоговой политики в области налогового контроля и перераспределение налоговых доходов через федеральный бюджет являются факторами, негативно сказывающимися на соблюдении регионами налогового законодательства. Требуется обсуждение возможности предоставления региональным и местным органам власти более широких налоговых полномочий, а также последующее законодательное решение. Получение права самостоятельно устанавливать отдельные налоги и сборы позволит субъектам РФ не только развиваться за счет собственной налоговой базы, но и повысит их ответственность за развитие экономики и проводимую налоговую политику. Разумеется, размеры этих налогов и сборов должны быть предельно продуманы и обоснованы. Однако интерес бюджетного пополнения не должен превышать пределы разумного, как это было в 90-х годах.

¹ Официальный сайт Федеральной налоговой службы. Отчет по форме 1 – НОМ//URL: https://www.nalog.ru/rn77/related_activities/statistics_and_analytics/forms/6092076/ (дата обращения 11.10.2016)

² Официальный сайт Федеральной Налоговой службы информационно-аналитический раздел URL: <https://analytic.nalog.ru/portal/index.ru-RU.htm> (дата обращения 17.10.2016г.)

³ Официальный сайт Федеральной Налоговой службы информационно-аналитический раздел URL: <https://analytic.nalog.ru/portal/index.ru-RU.htm> (дата обращения 17.10.2016г.)

⁴ Официальный сайт Федеральной налоговой службы [Электронный ресурс] / Режим доступа: URL: <http://www.nalog.ru> (дата обращения 18.10.2016)

⁵ Гончаренко Л.И. «Налоги и налоговая система Российской Федерации»-М.:Издательство Юрайт,2015,541 с.

⁶ Гончаренко Л.И. «Налоги и налоговая система Российской Федерации»-М.:Издательство Юрайт,2015,541 с.

Список литературы

1. Березин М.Ю. Развитие системы налогообложения имущества /М.Ю.Березин – М.:Инфотропик Медиа, 2011;
2. Закон г. Москвы от 9 июля 2008 г. № 33 «О транспортном налоге»;
3. Кузнецова А.В. Региональная политика России: 20 лет реформ и новые возможности/А.В.Кузнецова – М.:Либроком, 2015;

4. Малис Н.И. Совершенствование налогового механизма - путь к повышению доходов бюджета/Н.И.Малис – М.: Финансы, 2014;
5. Налоговый кодекс Российской Федерации: часть первая: Федеральный закон от 31 июля 1998 г. № 146-ФЗ; часть вторая: Федеральный закон от 5 августа 2000 г. № 117-ФЗ;
6. Официальный сайт Федеральной налоговой службы. [Электронный ресурс]: Отчет по форме 1 – URL: http://www.nalog.ru/rn08/related_activities/statistics_and_analytics/forms (дата обращения 17.10.2016).

О РЕГУЛИРОВАНИИ И ПОДДЕРЖКЕ ИНВЕСТИЦИОННОГО КЛИМАТА В ОРЕНБУРГСКОЙ ОБЛАСТИ

Смирнова Е.В., Лихачёв Д.В.

(Смирнова Е.В., д.э.н., доцент - Оренбургский государственный университет, г. Оренбург;
Лихачёв Д.В., к.с/х.н, доцент - ПАО Сбербанк, ГОСБ №8623, г. Оренбург)

Одним из наиболее общих критериев для привлечения и размещения инвестиций является наличие благоприятного инвестиционного климата в регионе.

Целесообразным представляется определение инвестиционного климата региона как комплексной системы, состоящей из двух иерархически взаимосвязанных компонент: в основе – (1) инвестиционная привлекательность региона, которая определяет его (2) инвестиционную активность.

Совокупность сложившихся политических, социально-культурных, финансово-экономических и правовых условий, обуславливают (1) *инвестиционную привлекательность региона*, зависящую от его инвестиционного потенциала и степени возможных рисков при вложении капитала, которая определяет уровень (2) *инвестиционной активности региона*, представляющей собой результирующий показатель инвестиционной деятельности, лежащий в основе оценки *инвестиционного климата региона*:

*инвестиционная привлекательность региона (инвестиционный потенциал + инвестиционные риски) => инвестиционная активность региона => **инвестиционный климат региона.***

Формирование благоприятного инвестиционного климата региона является важным, но не исключительным условием увеличения притока инвестиций. Однако «оценка инвестиционного климата служит инструментом его оптимизации» и ее

невозможно осуществлять без учета отдельных положений региональной «политики, предусматривающей формирование специальных программ и побудительных механизмов» [5].

Правительством Оренбургской области разработаны основополагающие документы развития региона на долгосрочную и среднесрочную перспективу, предусматривающие государственное регулирование и поддержку инвестиционной деятельности:

1 «О стратегии развития Оренбургской области до 2020 года и на период до 2030 года» (Постановление Правительства Оренбургской области от 20.08.2010 г. № 551-пп).

2 «О стратегии инвестиционного развития Оренбургской области до 2020 года» (Постановление Правительства Оренбургской области от 14.02.2014 г. № 95-п).

3 «Об утверждении государственной программы «Экономическое развитие Оренбургской области на 2014-2015 годы и на перспективу до 2020 года» (Постановление Правительства Оренбургской области от 10.09.2013 г. № 767-пп).

4 «Об утверждении плана мероприятий Правительства Оренбургской области по реализации концепции улучшения инвестиционного климата в Оренбургской области» (Постановление Правительства Оренбургской области от 27.03.2012 г. № 281-п).

Реализация положений данных документов предполагает «проведение мероприятий по комплексному улучшению инвестиционного климата в Оренбургской области, стимулированию спроса, активизации государственных, предпринимательских и общественных усилий по развитию экономики, созданию современных высокопроизводительных рабочих мест, развитию источников финансирования инвестиций, организации высокоэффективного инвестиционного процесса» [1].

При этом в задачи Правительства Оренбургской области входит: создание механизмов административной, инфраструктурной, финансовой поддержки инвестиций; снижение административных барьеров; формирование: механизмов стимулирования спроса, благоприятных налоговых условий реализации инвестиций, кластеров в соответствии с конкурентными преимуществами Оренбургской области, механизмов развития наукоемких и высокотехнологичных производств, благоприятных условий для трансферта и внедрения инновационных технологий в реальном секторе экономики, обновления парка машин и оборудования, диверсификации производства, внедрения международных стандартов управления качеством, благоприятных условий для развития среднего и малого бизнеса.

Правовое регулирование инвестиционной деятельности является одним из существенных факторов, воздействующих на инвестиционный климат региона. На территории Оренбургской области действуют:

1 «Об инвестиционной деятельности на территории Оренбургской области, осуществляемой в форме капитальных вложений» (Закон Оренбургской области от 05.10.2009 г. № 3119/712-IV-ОЗ).

2 «О стимулировании деятельности иностранных инвесторов на территории Оренбургской области» (Закон Оренбургской области от 21.06.1996 г., в ред. от 09.07.2007 г. № 1340/266-IV-ОЗ).

3 «О государственной поддержке инновационной деятельности в Оренбургской области» (Закон Оренбургской области от 16.11.2009 г. № 3222/739-IV-ОЗ).

Региональное законодательство влияет не только на степень инвестиционного риска, но и на возможности инвестирования в те или иные сферы или отрасли.

В перечень приоритетных инвестиционных проектов Приволжского федерального округа включены три проекта в области промышленного производства и один в инновационной сфере из Оренбургской области. Их реализация может качественно преобразить социально-экономическое положение области и уровень жизни ее населения, обеспечить динамизм развития в долгосрочной перспективе и способствовать развитию экономики.

Сегодня Оренбургская область становится стартовой площадкой для реализации значимых для страны масштабных инвестиционных проектов.

Эффективность региональной инвестиционной политики подтверждается рейтингами Оренбургской области. Так, международное рейтинговое агентство Fitch изменило прогноз по рейтингам Оренбургской области на «позитивный» и подтвердило рейтинги на уровне «ВВ». «Позитивный» прогноз отражает улучшение исполнения бюджета Оренбургской области, умеренный прямой риск и сильную способность самостоятельно финансировать капитальные расходы. При этом основными макроэкономическими тенденциями, влияющими на экономику Оренбургской области в долгосрочной перспективе в рамках реализации стратегии инвестиционного развития являются [2]:

- адаптация к изменению динамики мировой экономики и спроса на углеводороды;
- исчерпание имеющихся технологических заделов в ряде высоко- и среднетехнологичных отраслей экономики при усилении потребности в активизации инновационно-инвестиционной компоненты роста;

- усиление зависимости платежного баланса и экономического роста от притока иностранного капитала и состояния инвестиционного климата;
- необходимость преодоления ограничений в инфраструктурных отраслях (электроэнергетика, транспорт);
- сокращение населения в трудоспособном возрасте в сочетании с усилением дефицита квалифицированных рабочих и инженерных кадров;
- усиление конкуренции как на внутренних, так и на внешних рынках, сокращение внешнего спроса.

Благодаря принимаемым Правительством области мерам по улучшению инвестиционного климата и точечной работе с крупными инвесторами, в Оренбуржье сложился определенный задел с реализацией инвестиционных проектов на ближайшую перспективу. На Инвестиционном портале Оренбургской области размещена информация о 35-и реализуемых приоритетных инвестиционных проектах.

За период 2000-2015 годов динамика инвестиций в основной капитал области была положительной [4].

Объем инвестиций в основной капитал в Оренбургской области увеличился с 2000 года почти в три раза. Большая часть инвестиционных проектов сосредоточена в нефтяном и газовом комплексе, металлургическом, сельскохозяйственном производстве и переработке, что в настоящее время определяет направления и структуру инвестиций (Рисунок 1).

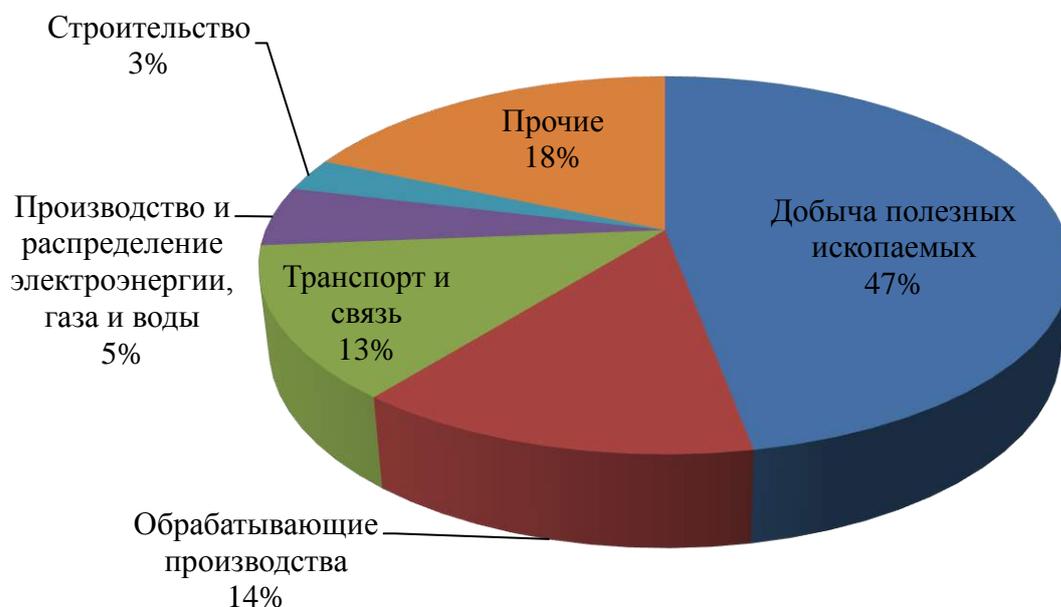


Рисунок 1 – Отраслевая структура инвестиций в основной капитал в Оренбургской области

По объему прямых иностранных инвестиций Оренбургская область занимает второе место в Приволжском федеральном округе. С 2000 года объем иностранных инвестиций увеличился более чем в 6,8 раза, в том числе прямых иностранных инвестиций – в 11 раз.

В области успешно работают крупные иностранные компании «Бозал Интернэшнл Менеджмент» (Бельгия), «КазРосГаз» (Республика Казахстан), «Дойтче Виломикс» (Германия), «Глобал Петро Кемикал» (Канада), «Джон Дир» (США) и другие. На территории области действуют почти 500 предприятий с участием иностранных инвестиций. В уставных фондах этих предприятий участвует капитал зарубежных компаний 51 страны мира.

Оренбургская область включена в систему мирохозяйственных связей. Установлены внешнеторговые контакты с 96 странами мира. Во внешней торговле Оренбургской области важнейшее место занимают страны Таможенного союза, на долю которых приходится почти 40 % регионального внешнеторгового оборота и более 72 % объема торговли со странами СНГ.

В области действуют уполномоченные организации (институты) по поддержке и развитию инвестиционной деятельности (Рисунок 2).



Рисунок 2 – Уполномоченные организации по поддержке и развитию инвестиционной деятельности в Оренбургской области

В 2012 г. Указом Губернатора Оренбургской области образован Общественный совет по улучшению инвестиционного климата. В его состав входят министры областного правительства, депутаты, главы муниципальных образований, специалисты финансовых органов, руководители федеральных финансовых органов по области, представители бизнеса, банкиры, ученые, руководители общественных объединений предпринимателей, журналисты.

Деятельность совета направлена на развитие приоритетных направлений инвестиционной деятельности на территории области. В списке целей и задач – «повышение эффективности работы по привлечению инвестиционных ресурсов в экономику области, создание благоприятного инвестиционного климата, региональных индустриальных, технологических и туристско-рекреационных парков, а также развития инвестиционной и инновационной деятельности, устранение административных, экономических и организационных препятствий и формирование целостной системы инфраструктуры, поддержки и развития инвестиционной и инновационной деятельности» [3].

Общим принципом формирования и реализации инвестиционной политики Правительства Оренбургской области и органов местного самоуправления является равенство приоритета инвесторов вне зависимости от вида бизнеса (микропредприятия, малый, средний, крупный бизнес) и источника средств (российский или иностранный инвестор). Для каждой группы сформированы адекватные механизмы стимулирования работы в Оренбургской области.

В заключении отметим, что инвестиционный климат в любом регионе РФ имеет свои особенности. Оренбургская область является одним из динамично развивающихся регионов, благоприятным для инвестирования. Для улучшения инвестиционного климата в области разработаны мероприятия, которые, будут способствовать общему оздоровлению экономики, решению проблем обновления региональной технической и технологической базы, а, следовательно, предотвращению потери экономического потенциала региона.

Список литературы

1. Постановление Правительства Оренбургской области № 281-п «Об утверждении плана мероприятий Правительства Оренбургской области по реализации концепции улучшения инвестиционного климата в Оренбургской области» [от 27.03.2012 г. – Режим доступа: http://docs.cntd.ru/document/952014948.](http://docs.cntd.ru/document/952014948)

2. Постановление Правительства Оренбургской области № 95-п «О стратегии инвестиционного развития Оренбургской области до 2020 года» от 14.02.2014 г. – Режим доступа: http://orbinvest.ru/support_for_investors/legislation.php.
3. Совет по улучшению инвестиционного климата. – Режим доступа: http://orbinvest.ru/support_for_investors/council_to_improve_the_investment_climate.php.
4. Никотина, О.А. Инвестиционный климат Оренбургской области // Молодой ученый, 2016. - №13. – С. 478-481.
5. Подшиваленко, Г.П. Иностранные инвестиции: курс лекций / Г.П. Подшиваленко. – М.: КНОРУС, 2015. – 118 с.

СОВРЕМЕННЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К РЕШЕНИЮ ПРОБЛЕМ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ
ПРЕДПРИЯТИЯМИ РЕГИОНАЛЬНОГО ПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА
ПОСРЕДСТВОМ РЕСТРУКТУРИЗАЦИИ

Хвастова К.И.

Научный руководитель Безпалов В.В.

РЭУ. им. Г.В. Плеханова, г. Москва

В современных условиях развития национальной экономики, а также заявленной политики импортозамещения, вызванной финансово-экономическими и технологическими ограничениями со стороны западноевропейских стран, требуются совершенствования имеющихся, а также поиска и разработки новых методов, способов и механизмов повышения эффективности предприятий регионального промышленного комплекса.



Рис. 1. Система управления промышленным предприятием как экономического объекта

В данном случае следует обратить внимание на возможности такого инструмента, как реструктуризация системы управления. Именно реструктуризация системы управления промышленным предприятием, имеющая сложную организацию, связанную с увеличением ресурсного обеспечения, условий производства, усложнением механизма взаимодействия функциональных подразделений и связанных с ним юридических и физических лиц, изменением структуры процессов производства, методов и алгоритмов принятия управленческих решений, может повысить эффективность работы все производственного цикла.

Исходя из представленной автором схемы системы управления промышленным предприятием (рис.1) как экономического объекта, в первую очередь обращает на себя внимание взаимосвязь элементов системы, изменяющихся под воздействием как внешних, так и внутренних факторов. К внутренним факторам могут относиться изменение экономической среды, социальной среды, а также научно технической базы и др. К внешним факторам и угрозам относятся в первую очередь экономические, финансовые и технологические ограничения. Именно внешние факторы на сегодняшний момент ставят перед предприятием задачи повышения эффективности использования имеющихся ресурсов для реализации политики импортозамещения. Методы, способы и механизмы реструктуризации системы управления позволяет предприятиям провести рационализацию структуры и функций управления, модернизацию методов и механизмов принятия управленческих решений, а также адаптировать управленческие процессы к быстро изменяющимся внешним и внутренним факторам. Особую актуальность здесь приобретают требования к проведению реструктуризации системы управления промышленным предприятием, а также показатели, направленные на повышение эффективности его деятельности. К таким показателям в первую очередь необходимо отнести следующие: рентабельность, объемы выпуска продукции, стоимость предприятия за счёт увеличения основных фондов, капитализация предприятия по результатам его реструктуризации, эффективность использования его материально-ресурсной базы, издержки производства и управления. Обращают внимание и условия внешней среды, позволяющие оказывать влияние на стимулирование производственной деятельности объединений и корпораций отраслевой и территориальной принадлежности.

Таблица 1. Индекс промышленного производства предприятий Центрального федерального округа [1]

	2011	2012	2013	2014	2015
Российская Федерация	105,0	103,4	100,4	101,7	96,6

Центральный федеральный округ	106,9	105,7	101,4	101,4	97,2
Белгородская область	108,7	105,6	102,1	102,5	105,5
Брянская область	110,6	115,7	96,8	102,1	113,5
Владимирская область	107,4	103,4	108,0	109,2	99,8
Воронежская область	110,1	129,7	106,1	108,0	103,7
Ивановская область	105,7	104,6	106,2	97,3	92,1
Калужская область	125,3	110,2	105,9	103,9	94,6
Костромская область	108,2	103,7	104,6	100,0	91,5
Курская область	104,6	103,3	100,8	105,8	104,3
Липецкая область	111,1	107,4	100,3	102,9	100,8
Московская область	109,7	107,9	105,2	104,1	105,4
Орловская область	107,8	106,4	100,4	104,9	100,2
Рязанская область	109,7	100,8	105,7	102,0	97,2
Смоленская область	102,7	105,9	104,7	101,7	101,4
Тамбовская область	116,4	112,9	106,2	108,5	104,5
Тверская область	105,9	111,0	102,1	96,7	97,7
Тульская область	120,0	108,4	110,5	104,5	111,9
Ярославская область	111,3	104,1	98,5	104,6	105,6
г. Москва	100,7	100,4	95,3	98,9	97,2

Рассмотрев ряд показателей индекса промышленного производства Центрального федерального округа (Таблица 1) можно заметить, что практически во всех регионах наблюдается снижение данного показателя, кроме Брянской области, здесь на протяжении всего рассматриваемого периода они снижались, но к 2015 году возросли. Самым отсталым регионом, сильно снизившим показатели, является Костромская область.

Рассмотрев ещё ряд показателей (Таблица 2) и сравнив Костромскую область как отсталый регион, и преуспевающий регион Брянскую область, автор сделал следующие выводы: предприятия промышленного комплекса всех субъектов ЦФО нуждаются в проведении реструктуризации.

Таблица 2. Сводная таблица социально-экономических показателей регионов[2]

	Инвестиции в основной капитал, тыс.руб.	Инвестиции на душу населения, тыс.руб	Численность населения, чел.	Естественный прирост населения(убыль) на 1000 человек	
				2014	2013
Тульская область	95,4	63,0	1513166	-7,1	-7,5
Брянская область	66,8	54,2	1232885	-5,0	-4,8
Костромская область	27,5	42,0	654230	-3,3	-3,5
Ивановская область	29,8	28,7	1037079	-5,2	-5,2

Одним из показателей, свидетельствующих о необходимости проведения реструктуризации в управлении промышленными предприятиями, является количество инвестиций в основной капитал. Как видно из таблицы, Костромская и Ивановская области сильно отстают по показателям от регионов лидеров по индексу промышленного производства Брянской и Тульской областей. Это свидетельствует о снижении капитализации основных фондов. Зачастую такая проблема связана с низким уровнем конкурентоспособности выпускаемой продукции предприятия. К ее решению применим подход, направленный на повышение конкурентоспособности выпускаемой продукции, производство более современных продуктов. В рамках этого подхода используются следующие методы: укрепление стратегически важных направлений деятельности путём приобретения новых видов бизнеса, удаление из бизнес - портфеля тех направлений, которые не являются основными для будущего развития предприятия, инструментарий стратегической реструктуризации т.д.[3]. Следующим показателем являются инвестиции на душу населения, здесь ситуация похожая, Костромская и Ивановская области сильно отстают по показателям от Брянской. Такие низкие показатели свидетельствуют о плохом развитии социальной сферы промышленного комплекса этих областей. Также такие низкие показатели могут указывать на несогласованность в управлении деятельностью предприятия. В данном случае применим подход, направленный на изменение распределения собственности и повышение уровня контроля над деятельностью предприятия; улучшение управления предприятием; повышение эффективности производства. В рамках этого метода используются такие методы: списание активов, реализация активов, сдача имущества в аренду. И наконец демографические показатели регионов. Если рассматривать рамках реализации политики импортозамещения посредством проведения реструктуризации системы управления регионального промышленного комплекса имеется тесная связь с ресурсным обеспечением объекта, а

ресурсное обеспечение это не только имеющиеся ресурсы (природные), а также и человеческие ресурсы [4]. А демографическая ситуация, например, в Костромской области вызывает тревогу, так как происходит демографический спад и также инвестиции на душу населения уменьшаются в свете сокращения индекса производства. Также низкий уровень заработных плат на предприятии может сказываться на демографической ситуации. Зачастую это связано со снижением уровня финансового состояния как самого предприятия, так и его сотрудников. В поиске решения обозначенной проблемы необходимо применение подхода, направленного на повышение финансовой устойчивости, недопущения ухудшения финансового состояния предприятия и выход из кризиса. В рамках данного метода применимы следующие методы: признание задолженности недействительной, отсрочка или рассрочка долга с последующим погашением, методы реструктуризации дебиторской задолженности, а также сокращение численности сотрудников и д.р.

Помимо этого, низкие показатели эффективности предприятия могут указывать на несогласованность в управлении деятельностью предприятия. В данном случае применим подход, направленный на изменение распределения собственности и повышение уровня контроля над деятельностью предприятия; улучшение управления предприятием; повышение эффективности производства. В рамках этого метода используются такие методы: списание активов, реализация активов, сдача имущества в аренду.

Таким образом, нужно отметить, что все показатели свидетельствуют о необходимости проведения реструктуризации в управлении промышленными комплексами в данных регионах, причем как в отстающих регионах, так и в регионах лидерах. В Костромской и Ивановской областях необходимо провести реорганизационные мероприятия и оптимизировать систему управления, например, объединением элементов этой системы по функциональному признаку, т.е. оптимизация состава и конкретизация полномочий. В преуспевающих регионах по индексу промышленного производства, таких как Брянская и Тульская областях, нужно адаптировать принятие управленческих решений к изменившимся внешним факторам. Для этого на предприятиях можно создать мониторинговую структуру, которая будет отслеживать установленные индикаторы и при изменении воздействия факторов внешней и внутренней среды сигнализировать об их пересмотре.

Таким образом, исследование требований для проведения реструктуризации системы управления, а также использования разнообразного инструментария реструктуризации, даёт возможность не только повысить эффективность производственного процесса, но и своевременно отслеживая меняющуюся среду,

создавать конкурентоспособную продукцию, что позволит выходить на новые рынки, включая и внешние.

Статья подготовлена в рамках выполнения внутриуниверситетского гранта Российского экономического университета имени Г.В.Плеханова «Развитие системы управления предприятий регионального промышленного комплекса в условиях политики импортозамещения».

<http://www.gks.ru/> Федеральная служба государственной статистики

²<http://www.gks.ru/> Федеральная служба государственной статистики

³Безпалов В.В., Лочан С.А., Петросян Д.С. Теория и практика управления развитием региональных экономических систем. Монография. М.:Кнорусс,2016.

⁴ Петросян Д.С. Экономическая политика государства: социальная справедливость в экономических отношениях: учеб. пособие / Д.С. Петросян, В.В. Без палов, С.А. Лочан. — М.: ИНФРА-М, 2016. — 214 с

Список литературы

1. Безпалов В.В. Реструктуризация системы управления :Учебное пособие под ред. С.А. Лочан. — М. : КНОРУС, 2015. — 280 с.
2. Безпалов В.В., Лочан С.А., Петросян Д.С. Теория и практика управления развитием региональных экономических систем. Монография. М.:Кнорусс,2016.
3. Петросян Д.С., Безпалов В.В., Лочан С.А. Экономическая политика государства: социальная справедливость в экономических отношениях: учебное пособие— М.: ИНФРА-М, 2016. — 214 с
4. Федеральная служба государственной статистики: <http://www.gks.ru>

СОВРЕМЕННЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ К ПЛАНИРОВКЕ РЕСУРСНЫХ ТЕРРИТОРИЙ В УСЛОВИЯХ РЕАЛИЗАЦИИ ПОЛИТИКИ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ (НА ПРИМЕРЕ ЯМАЛО-НЕНЕЦКОГО АВТОНОМНОГО ОКРУГА)

Шишкина Е. Д.

Научный руководитель: к.э.н., доцент кафедры национальной и региональной экономики Безпалов В. В.

Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова, г. Москва

Анализ современного периода социально-экономической развития Российской Федерации показывает важность регионального аспекта развития страны, поскольку во многих регионах социально-экономическая и экологическая ситуации находятся в

кризисной ситуации.[1]В условиях геополитической нестабильности и санкционных ограничений исследования территорий с целью поиска способов и механизмов повышения эффективности национальной экономики приобретает особую значимость. Разработка и использование новых подходов при планировании и проектировании территорий, особенно ресурсных, в условиях реализации политики импортозамещения может оказать существенное влияние на развитие промышленного потенциала субъектов РФ. Богатые природными ресурсами территории России тем не менее сталкиваются с серьезными проблемами, одной из которых является не развитость всех видов инфраструктуры, в связи с чем возникает вопрос проведения научных исследований как на основе уже имеющейся теоретической базы с целью учета современных факторов воздействия, так и совершенствование и разработка новых подходов в районной планировке ресурсных территорий. Именно исправление ситуации в планировании ресурсных территорий, развитие инфраструктуры, решение экологических проблем, снижение себестоимости выпускаемой продукции, разработка и внедрение новых технологических процессов на предприятиях региональных промышленных комплексов в условиях реализации политики импортозамещения становятся в настоящее время значимыми и важными.

Рассматривая современные подходы и методы планировки ресурсных территорий, стоит обратиться к зарождению исследования данной проблемы. Каждый из современных подходов, так или иначе, основывается на фундаментальных исторических теориях территориального планирования. Первые научные исследования в данной области проводились зарубежными и советскими учеными. Основоположники немецкой классической географической школы К. Риттер и А. Геттнер в XIX в. сформировали понятие «пространственной науки». В 1862 году становление теории размещения (локализации) немецкого экономиста Йоганна Тюнена и система концентрических кругов, оптимизирующая схему размещения сельскохозяйственного производства, дали импульс к развитию территориального планирования с экономической точки зрения. Теория рационального штандорта промышленного предприятия В. Лаунхардта - метод нахождения пункта оптимального размещения отдельного промышленного предприятия относительно источников сырья рынка сбыта продукции, где решающим фактором размещения являются транспортные издержки, продолжила исследования в данном направлении. Работы Й. Тюнена и В. Лаунхардта продолжил немецкий социолог и экономист Альфреда Вебера в своем труде «О размещении промышленности: чистая теория штандорта». Первую теорию о функциях размещения системы населенных пунктов (центральных мест) в рыночном пространстве выдвинул немецкий ученый

Вальтер Кристаллер. В своем учении «Теория максимизации прибыли при размещении производства» Август Лёш был первым, кто предложил отводить главную роль не снижению издержек, а максимизации прибыли. Отечественный ученый экономист Н.Н. Колосовский ввел понятие «энергопроизводственные циклы», под которыми понималась вся совокупность производственных процессов, развертывающихся в экономическом районе на основе сочетания данного вида энергии и сырья. Н.Н. Некрасов рассматривал схемы развития и размещения производительных сил как важнейший инструмент территориального прогнозирования и планирования, с помощью которого обеспечивалась реализация целенаправленного и комплексного развития и размещения производительных сил. В это же время в научные разработки внедрялись экономико-математические методы А.Г. Гранбергом и другими учеными. [6] Стоит выделить некоторые современные теории районной планировки. В 60-ые годы появляются работы Э. Гувера, который исследовал проблему концентрации экономического пространства вокруг крупных промышленных городов. В 70-ые годы развивается теория промышленных комплексов С. Цамански, где комплексы определяются как «группы отраслей промышленности, связанных потоками продуктообмена и имеющих схожие модели локализации». В конце 70-х – начале 80-х гг. территориальное планирование приобрело ресурсную направленность. Ресурсная направленность состоит в комплексном планировании, в соответствии с которым все виды ресурсов направляются на достижение совокупности конечных целей. Также используется ситуационное планирование, при котором определенные виды ресурсов направляются на достижение конкретной цели или целей. Стали выделять комплексный и ситуационный подход территориального планирования. Различия данных двух подходов заключаются в разработке планов территориального планирования. Комплексное территориальное планирование заключается в поэтапном исполнении, план составляется последовательно для каждого этапа работ – размещение транспортных узлов и магистралей, размещение основного каркаса промышленных объектов. Ситуационное планирование не является поэтапным, а концентрируется на создании модели планирования территории конкретного объекта или объектов. У каждого из данных подходов есть свои преимущества, если использовать их по назначению. В противном случае территориальное планирование не будет эффективным. Исходя из имеющейся научной базы теоретически обоснованных подходов, в современном территориальном планировании необходимо и возможно применение различных подходов, выбор которых зависит от множества особенностей той или иной ресурсной территории.

Экономическая политика государства является одним из важнейших понятий экономической теории и необходимым инструментом макроэкономического регулирования, где особую роль ученые отводят территориальному планированию его субъектов.[3] В качестве практического примера использования современных подходов планировки территорий рассмотрим Ямало-Ненецкий автономный округ и его территориальное планирование в условиях политики импортозамещения. Данный субъект является одной из богатейших ресурсами территорий, где добывается 80% российского газа и 10% российской нефти. На основании схемы и проекта территориального планирования развития Ямало-Ненецкого автономного округа выделяются основные цели и задачи районной планировки ресурсных территорий субъекта в условиях политики импортозамещения.[4]



Рисунок 1. Цели и задачи территориального планирования ЯНАО

На данный момент расселение на территории субъекта состоит из сети населённых пунктов, в которую входит 6 городских округов, 6 городских поселений и 36 сельских поселений, почти несвязанных между собой. Для большинства городов (кроме Салехарда и Лабытнанги) устойчивой и ведущей функцией является нефтегазовый комплекс. Такими городами являются Новый Уренгой, Надым, Ноябрьск, Муравленко и Губкинский. На территории ЯНАО 37 действующих газопроводов, 11 из которых нуждаются в реконструкции. Многие города и населенные пункты не имеют развитой инфраструктуры и нефтегазопроводов на своей территории. По состоянию 2015 год в автономном округе

из 92 населенных пунктов 27 газифицировано природным газом, сжиженным углеводородным газом– 34 населенных пункта, уровень газификации населенных пунктов автономного округа природным газом составляет 29,4%. Негазифицированные населенные пункты Ямальский район: села Сеяха, Салемал, Панаевск, Яр-Сале, Новый Порт; Приуральский район: села Белоярск, Катравож; Шурышкарский район: села Шурышкары, Восяхово, Мужы, Овгорт, Горки.

На территории субъекта за последние 10 лет открыто около 11 газовых и 15 нефтегазоконденсатных месторождений, запасы газа в которых составляют примерно 16 трлн. м3. Всего на территории автономного округа по итогам 2015 году добыча составила: газа – 516,2 млрд м3, нефти – 21,5 млн тонн, конденсата – 17 млн тонн. 80% российского газа добывается на территории острова Ямал. Фактическая добыча углеводородов в регионе производилась 36 предприятиями на 96 месторождениях. Также регион богат запасами марганцевых и хромовых руд, цветных металлов, таких как свинец, медь и цинк. Основой промышленного производства региона являются предприятия по добыче и обработке природных ресурсов. Объем промышленного производства на душу населения является 3 по величине по всей России. Геополитический потенциал ЯНАО заключается в состоятельности округа решать проблемы, касающиеся развития в планировании объектов и инфраструктуры на своей территории. Несмотря на суровые климатические условия, арктическая зона, в которую входит ЯНАО, в настоящее время приобретает все большую значимость в мире. Имея на сегодняшний момент статус лидера по освоению арктических земель, субъект получает возможность за счет привлечения научно обоснованных методов и механизмов развивать свой социально-экономический потенциал, открывая новые рынки и продвигая свою продукцию как на территории нашей страны, так и за рубежом, а запланированное строительство морского порта на территории ЯНАО приведет к восстановлению короткого Северного морского пути, что снизит логистические затраты. Включение данного порта в экономический процесс окажет существенное влияние на снижение себестоимости перевозки грузов и для соседних регионов, что имеет огромное значение в условиях политики импортозамещения.[2]

Анализируя динамику объема отгруженных товаров, работ и услуг по виду деятельности добыча полезных ископаемых за 2011-2015 года можно отметить, что по статье добыча полезных ископаемых наблюдается стабильный рост в течении 5 лет на 588689 млн. руб.(Таб.1).[7]

Таблица 1

Объем отгруженных товаров, работ и услуг ЯНАО за 2011-2015 гг.

	2011	2012	2013	2014	2015
--	------	------	------	------	------

Объем отгруженных товаров, работ и услуг по виду деятельности добыча полезных ископаемых, млн. руб.	558134	671459	890918	1054857	1146823
---	--------	--------	--------	---------	---------

Существенный вклад ЯНАО в реализации политики импортозамещения проявляется в его экспортной и импортной структуре по статье продукция топливно-энергетического комплекса. В 2015 году экспорт ЯНАО по данной статье составил 483,8 млн. дол. США, когда импорт составил всего 0,1 млн. дол. США. Исходя из представленных данных, можно сделать вывод, что данный субъект обходится без импортной продукции, может сам обеспечивать себя топливом и энергетикой, а также обеспечивать экспортную продукцию. В условиях политики импортозамещения вся экспортная продукция ЯНАО может распределяться по субъектам, у которых нет таких ресурсов.

Районная планировка ресурсных территорий Ямало-Ненецкого автономного округа различается в каждом из его населенных пунктов и обусловлено это суровыми климатическими условиями, а так же национальными особенностями. Не смотря на то, что за последние 50 лет произошел существенный прирост населения ЯНАО (в 8 раз), вызванный бурным развитием промышленности региона, наибольшее число проживающих остаются в сельских поселениях и ведут кочевой образ жизни, в то время как в городах проявляется нехватка рабочей силы и приходится прибегать к вахтовым методам обеспечения трудовыми ресурсами. Главными населенными пунктами в планировке ЯНАО выступают «Базовые города – вахты». Базовый город - центр управления и организации жизнедеятельности системы расселения с развитым социально-экономическим потенциалом и относительно высоким уровнем управленческих, производственных, трудовых и культурно-бытовых связей, которые обеспечивают жизнедеятельность в зоне влияния 300 - 400 км. Базовые города размещены в узлах планировочного каркаса и представляют собой "точки роста" на территории. В случае появления характерного типологического признака - центра системы "базовый город - вахта" зона влияния трудовых связей может увеличиться до 700 км (города Салехард, Новый Уренгой, Ноябрьск). Вахтовый посёлок - производственно-селитебный комплекс, который является частью системы "базовый город-вахта". Вахтовый посёлок предназначен для сменного бессемейного проживания занятых на производствах, которые расположены за пределами ежедневной транспортной доступности от базовых городов.

[5]

Одним из примеров таких территорий является «Базовый город – вахта» Салехард. На данной территории располагается несколько газораспределительных станций. Вокруг города расположено 10 населенных пунктов, большая часть из которых сельские населенные пункты, в которых проживает население. Основное промышленное производство обеспечивается в городе Лабытнанги, где размещены предприятия производственной инфраструктуры. Город Салехард административно-управленческий центр автономного округа, а также центр Салехардско-Лабытнангской группы населенных мест. В городе Салехард сконцентрированы государственные, общественные, финансово-деловые учреждения федерального уровня, а также имеющие региональное значение – культурные, учебные и медицинские учреждения. В районной планировке города Салехарда основным недостатком является слабое обеспечение субъекта объектами здравоохранения, что является критичным, так как из соседних производственных населенных пунктов, где расположено опасное для жизни производство, рабочие обращаются именно в медицинские учреждения города Салехард. В настоящее время износ объектов здравоохранения города Салехард, в среднем составляет 90% износа диспансеров, стационаров, станций скорой медицинской помощи. Число действующих организаций по виду деятельности добыча полезных ископаемых с 2013 по 2015 гг. увеличилось с 5 до 10. Районная планировка ресурсных территорий дает возможность создавать новые организации по добыче природных ресурсов и обеспечивать их квалифицированной рабочей силой. Среднегодовая численность работников организаций в 2013 году составила – 22,5 тыс. чел., в 2014 году – 23,1 тыс. чел., в 2015 году – 23,8 тыс. чел. За три года среднегодовая численность работников организаций увеличилась на 1,3 тыс. чел. Объем отгруженных товаров собственного производства, выполненных работ и услуг собственными силами по виду деятельности добыча полезных ископаемых составил на 2013 год – 30,4 млн. руб., на 2014 год – 71,5 млн. руб., на 2015 год – 141,8 млн. руб. За три года данный показатель увеличился в 4,6 раз, на 111,4 млн. руб.

Другой типичной территорией является «Базовый город – вахта» Новый Уренгой. Рядом с городом располагается около 4 газораспределительных станций, 5 установок комплексной подготовки газа, 9 компрессорных станций. Имеет зону влияния 500 км. В отличие от города Салехарда, вокруг данного города находится пара населенных пунктов. Город Новый Уренгой самостоятельно обслуживает все промышленное производство, находящееся вблизи города. Число действующих организаций по виду деятельности добыча полезных ископаемых с 2013 по 2015 гг. увеличилось с 29 до 30. В данном городе районная планировка ресурсных территорий не представляет возможным привлекать

кадры для работы в города, предназначенные для жизни в них. Промышленный центр перегружен и в нем не создаются новые места для осуществления экономической деятельности в области добычи ресурсов. Среднегодовая численность работников организаций в 2013 году составила – 61,0 тыс. чел., в 2014 году – 60,5 тыс. чел., в 2015 году – 60,7 тыс. чел. За три года среднегодовая численность работников организаций снизилась на 0,3 тыс. чел. В связи с отсутствием роста организаций в области добычи полезных ископаемых, среднегодовая численность работников организаций в данном городе снижается. Объем отгруженных товаров собственного производства, выполненных работ и услуг собственными силами по виду деятельности добыча полезных ископаемых составил на 2013 год – 17510,7 млн. руб., на 2014 год – 19320,0 млн. руб., на 2015 год – 25644,8 млн. руб. За три года данный показатель увеличился в 1,5 раза, на 8134,1 млн. руб. Можно отметить, что так же, как и в городе Салехард, присутствует положительная тенденция. Однако за исследуемый период при грамотной районной планировке в городе Салехард объем отгруженных товаров собственного производства, выполненных работ и услуг собственными силами по виду деятельности добыча полезных ископаемых увеличился в 4,6 раз, а в городе Новый Уренгой, где районная планировка ресурсных территорий не является эффективной, всего в 1,5 раза.

Исходя из представленных данных по двум ресурсным территориям, можно выделить направления развития каждой из них. При развитии Уренгойской группы населенных мест более рационально использовать комплексный подход планирования ресурсных территорий. Новый Уренгой является главным центром по добыче газа, имеет большую численность кадров, осуществляющих ежедневные поездки на месторождения, обладает постоянно увеличивающейся зоной вахтового обслуживания, производственная зона влияния простирается далеко за пределы города и организует почти всю центральную часть ЯНАО, а так же имеет районоорганизующее инфраструктурное значение. В тоже время его системообразующая роль, социальная направленность ограничивается рамками муниципального образования, которое включается в себя г. Новый Уренгой и несколько окружающих его районов. Для данной группы населенных мест необходима организация зоны особого градостроительного регулирования. Комплексное территориальное планирование Уренгойской группы населенных мест будет включать в себя поэтапное планирование территорий образования новых населенных пунктов, застройки населенных пунктов домами, прокладки транспортной инфраструктуры - на данный момент вокруг города Новый Уренгой расположено всего 2 населенных пункта. Необходима корректировка административных границ влияния производственной деятельности (снизить зону влияния производственной деятельности до

250 км и сконцентрировать ее на ближайших территориях) - на данный момент город имеет зону влияния 500 км. В отличие от Уренгойской группы населенных мест районная планировка города Салехард и окружающих его территорий является наиболее рационализированной. Салехард – город с административной районоорганизующей инфраструктурной значимостью и зоной влияния 1000 км, в котором должны концентрироваться государственные, общественные, финансово-деловые учреждения федерального уровня, а также имеющие региональное значение – культурные, учебные и медицинские учреждения. В данном случае более рационально использовать ситуационное планирование, которое заключается в планировке объектов здравоохранения - слабое обеспечение субъекта объектами здравоохранения является критичным, так как из соседних производственных населенных пунктов, где расположено опасное для жизни производство, рабочие обращаются именно в медицинские учреждения города Салехард. В настоящее время износ объектов здравоохранения города Салехард, в среднем составляет 90% износа диспансеров, стационаров, станций скорой медицинской помощи. Планируемые объекты здравоохранения: Противотуберкулезный диспансер на 200 коек до 2018 года; Окружной психоневрологический диспансер на 120 коек до 2018 года; Здание скорой медицинской помощи до 2017 года; Окружной онкологический центр на 100 коек до 2020 года.

Помимо развития базовых городов региона, обращает внимание предложения по развитию:

Первое - поддержание достигнутой пропускной способности магистральных газопроводов, а также строительство и ввод в эксплуатацию новых трубопроводов, которые укрепят позиции автономного округа как важнейшего поставщика углеводородов на российский рынок – на данный момент на территории ЯНАО 37 действующих газопроводов, 11 из которых нуждаются в реконструкции. Планируемыми объектами в области газоснабжения являются: Строительство газопроводов «Алтай» (ГП XII) до 2020 года; «Бованенково - Ухта. III нитка» (ГП I); «Бованенково - Ухта. IV нитка» (ГП II); «Бованенково - Ухта. V нитка» (ГП III); «Бованенково - Ухта. VI нитка» (ГП IV); Северо-Каменномысского газового месторождения (шельф) (ГП VI); Северо-Каменномысского газового месторождения (шельф) (ГП VI); Парусовой группы и Тазовской губы Карского моря (ГП VII); газотранспортной системы от месторождений Обской и Тазовской губ Карского моря (ГП VIII) до 2030 года.

Второе - газификация населенных пунктов, удаленных от магистральных газопроводов, с использованием альтернативных природному газу энергоносителей, с целью обеспечения политики импортозамещения - по состоянию на 2015 год в

автономном округе из 92 населенных пунктов 27 газифицировано природным газом, сжиженным углеводородным газом – 34 населенных пункта, уровень газификации населенных пунктов автономного округа природным газом составляет 29,4%. Населенные пункты, нуждающиеся в газификации: Ямальский район: села Сеяха, Салемал, Панаевск, Яр-Сале, Новый Порт; Приуральский район: села Белоярск, Катравож; Шурышкарский район: села Шурышкары, Восяхово, Мужы, Овгорт, Горки.

Районная планировка ресурсных территорий играет важную роль в условиях политики импортозамещения. От того насколько рационально будут расположены промышленные города и населенные пункты, места добычи и обработки ресурсов, газопроводы, зависят объемы добычи ресурсов, их транспортировка по территории страны и многое другое. Планирование каждой отдельной территории индивидуально и к каждой из этих территорий нужен определенный научный подход. В настоящее время одинаково используются как комплексный, так и ситуационный подходы планировки территорий. На примере Ямало-Ненецкого автономного округа можно увидеть, что районная планировка схожих ресурсных территорий субъекта отличается своей составляющей. Каждая из рассмотренных ресурсных территорий имеет свои конкретные направления развития и доработки. Используя научно обоснованный подход территориального планирования, можно обеспечить эффективное использование имеющихся ресурсов. На территориях, имеющих нерациональную районную планировку в целом, при использовании комплексного подхода районной планировки, будут учитываться все направления развития территории, приняты меры и задачи комплексного улучшения. На территориях, на которых территориальное планирование рационализировано, могут возникать локальные проблемы, тормозящие рост производства всей территории. В таких случаях используется ситуационный подход, нацеленный на решение конкретной проблемы. В итоге перечисленные условия грамотной районной планировки ресурсных территорий смогут обеспечить эффективную политику импортозамещения в субъектах Российской Федерации.

Список литературы

1. Безпалов В.В., Лочан С.А., Петросян Д.С. Теория и практика управления развитием региональных экономических систем / Монография М: -РУСАЙНС, 2016. - 236 с. Департамент экономики Ямало-Ненецкого автономного округа [Электронный ресурс]. URL: <http://de.gov.yanao.ru>
2. Официальный сайт органов власти Ямало-Ненецкого автономного округа [Электронный ресурс]. URL: <http://pravitelstvo.yanao.ru/>

3. Петросян Д.С., Беспалов В.В., Лочан С.А. Экономическая политика государства: социальная справедливость в экономических отношениях/ М:-ИНФРА-М 2016.- 214 с.
4. Постановление Администрации Ямало-Ненецкого автономного округа от 18 июня 2009 г. N 343-А "Об утверждении Схемы территориального планирования Ямало-Ненецкого автономного округа"
5. Проект «Внесение изменений в схему территориального планирования ЯНАО», договор № 0190200000315004815/125 от 22 июня 2015 г.
6. Региональное управление и территориальное планирование: учебник и практикум для академического бакалавриата / Ю. Н. Шедько, Р. Г. Погребяк, Е. С. Пожидаева [и др.]; под ред. Ю. Н. Шедько. — М.: Издательство Юрайт, 2015. — 503 с. — Серия: Бакалавр. Академический курс.
7. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. URL: <http://www.gks.ru>

СЕКЦИЯ №22.

ЭКОНОМИКА ТРУДА И УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ

КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ – КЛЮЧЕВОЙ ФАКТОР УСПЕХА, ИЛИ ТОРМОЗ В ЕЕ ДАЛЬНЕЙШЕМ РАЗВИТИИ?

Гапонова О.С., Гапонова Н.С.

Национальный исследовательский университет «Высшая Школа Экономики»,
г. Нижний Новгород

Эффективность деятельности компании определяется большим количеством факторов, среди которых: стратегия, квалификация персонала, лидерские качества руководства, клиентоориентированность компании. Но при перечислении этих факторов не стоит забывать о корпоративной культуре организации. Она является системой, состоящей из множества паттернов поведения, смыслов и ценностей, свойственных членам данного коллектива. В ее основе лежат те стандарты, которые поддерживаются всеми членами компании. Все вместе они образуют ядро, которое определяет стили общения, поведения и деятельности, а также формируют имидж организации в глазах общественности.

Термин «корпоративная культура» появился еще в XIX веке. Его ввел немецкий врач Мольтке для описания заинтересовавших его стилей взаимоотношений и специфических традиций, сложившихся в офицерской среде. По другим версиям, понятие корпоративной

культуры появилось во время Хотторнских экспериментов, проводившихся Элтоном Мэйо на одном из заводов штата Иллинойс [7]. В частности, благодаря анонимному опросу всех служащих, был сделан вывод, что на заводе существовали неофициальные нормы поведения, которые в некоторых случаях препятствовали руководству в достижении более высоких результатов в производстве. Именно после этих экспериментов ученые начали изучать влияние человеческих отношений на производительность труда. Таким образом, одной из объективных причин появления и становления термина «корпоративная культура» стала необходимость регламентировать и упорядочить взаимоотношения внутри крупных производственных предприятий.

Существует множество определений корпоративной культуры, но классическим считается определение Эдгара Шейна [2], согласно которому смысл термина «корпоративная культура» включает в себя основные понятия (basic assumptions) и разделяемые членами организации убеждения (beliefs), которые действуют на подсознательном уровне и выражаются в человеческом восприятии, как само собой разумеющееся отношение организации к себе и окружающему миру. Шейн считает культуру не столько побочным продуктом организации, сколько ее неотъемлемой частью, которая влияет на поведение ее членов и на эффективность ее деятельности.

Мы предлагаем понимать корпоративную культуру как совокупность основных убеждений, сформированных самостоятельно, усвоенных или разработанных определенной группой по мере того, как она учится разрешать проблемы адаптации к внешней среде и внутренней интеграции, и которые оказались достаточно эффективными, чтобы получать свое выражение в заявляемых организацией ценностях, и потому передаваться новым членам в качестве ориентиров их поведения и действий. Данное определение подчеркивает, что в основе корпоративной культуры лежит процесс приобретения знаний в результате социального взаимодействия в условиях меняющейся реальности [3]. При этом корпоративная культура может рассматриваться как фактор максимизации эффективности деятельности организации, укрепления ее целостности, улучшения механизмов социальной сплоченности работников, повышения их производительности и мотивации труда.

Настоящая работа посвящена анализу того, как влияет корпоративная культура на эффективность современной организации, является ли она одним из важнейших критериев успеха, или же наоборот неуспеха компании в дальнейшем, поскольку может тормозить развитие организации в современных, быстро меняющихся условиях. Действительно, почему же наличие корпоративной культуры настолько важно для компании?

Как правило, создателем корпоративной культуры компании является ее формальный лидер, основатель предприятия. Эта передача не является автоматической, она должна быть

организована как постоянный процесс обучения и личной передачи образцов поведения. Ответственными людьми за формирование, укрепление, преподнесение, развитие внутренней корпоративной атмосферы являются HR-менеджеры (специалисты по работе с персоналом) и PR-менеджеры. На этой фазе команда активно применяет прошлый опыт корпоративной и отраслевой культуры, который имеется у каждого из ее участников. Однако, лидер и команда топ-менеджеров, как центральные носители культуры, личным примером показывают те организационные цели, которых необходимо достичь, и те моральные нормы и ценности, которых нужно придерживаться, передавая и прививая корпоративную культуру рядовым сотрудникам. Формирование целей, ценностей и норм приводит к тому, что различные работники начинают воспринимать внешние стимулы более или менее одинаково. Причастность к общим ценностям становится самостоятельным стимулом, формирует определенный мотив. Работники начинают вести себя в соответствии с интересами компании.

Исследователи убедительно обосновывают важность наличия внутри компании корпоративной культуры даже на одном из первичных этапов деятельности предприятия, который состоит в привлечении работников и их мотивировании к продуктивной деятельности [1]. Согласно пирамиде потребностей А.Маслоу, сразу же после того как человек удовлетворяет свои материальные потребности, он нуждается в реализации потребностей более высокого порядка, в частности коммуникативных потребностей. Как правило, когда высококвалифицированный работник рассматривает какую-либо компанию в качестве своего будущего места работы, после того как он убедится, что данная компания может удовлетворить его материальные требования (потребности), такие как, например, уровень заработной платы и комфортность рабочего места, работник начинает интересоваться существует ли внутри компании корпоративная культура, без которой, в свою очередь, он не сможет удовлетворить свои коммуникативные потребности. К таким коммуникативным потребностям можно отнести потребность в самореализации, признании, потребность занять уважаемое положение в коллективе компании. Именно поэтому, одним из важнейших требований квалифицированного работника будет наличие внутри предприятия корпоративной культуры, одной из важнейших функций которой является раскрытие скрытых возможностей, индивидуальности, таланта каждого члена коллектива. Более того, развитая корпоративная культура практически гарантирует отсутствие текучести на предприятии. В таком ключе, становится ясно, что наличие корпоративной культуры внутри организации, помимо всего прочего, будет создавать образ уверенной и перспективной компании, и, как следствие, являться одним из самых действенных средств по привлечению квалифицированных кадров.

Видов организаций великое множество, соответственно столько же и индивидуальных корпоративных культур, так как ни одна из них не может целиком и полностью копировать другую, несмотря на то, что в общих чертах их можно свести к неким типовым моделям. Например, корпоративная культура в банковской сфере, как правило, четко структурирована, подчинена жесткой иерархии, общение между сотрудниками на рабочем месте носит формальный характер. Согласно классификации Камерона и Куинна, ее можно отнести к иерархическому типу [9]. Совершенно не похожа на нее корпоративная культура торговых организаций, в которых приветствуется энергичность, находчивость, коммуникабельность, стиль общения не так формален, и, в целом, такие организации относятся к рыночному, либо адхократическому типу.

При этом, несмотря на все различия, существуют общие тенденции и порядок формирования даже настолько различных организационных культур. Выделяют следующие этапы формирования корпоративной культуры: определение миссии организации; формирование традиций компании; разработка информационного дизайна [1]. Рассмотрение этапов формирования корпоративной культуры является очень важным, поскольку каждый грамотно завершенный этап дает новое конкурентное преимущество.

Итак, первым этапом формирования организационной культуры является формулирование миссии организации. Миссия организации — это то, что, собственно, общество ожидает от функционирования данной компании. Но наряду с внешней миссией компании существует также и ее внутренняя миссия, которая представляет собой то, что хочет получить в результате деятельности предприятия каждый из сотрудников, от команды топ-менеджеров - до обслуживающего персонала. Грамотно сформулированная миссия компании способствует, во-первых, созданию надежного имиджа в глазах поставщиков, потребителей и формированию образа сильного соперника у конкурентов. Во-вторых, миссия компании четко определяет направление деятельности организации, пути, благодаря которым достижение целей и ценностей компании становится возможным, что дает возможность руководству регулярно заниматься комплексным анализом деятельности организации и тем самым определять новые векторы деятельности компании, а значит и повышать общую эффективность предприятия. В-третьих, миссия компании мотивирует персонал, повышает его уровень приверженности, а так же улучшает взаимодействие между подчиненными и руководителями на разных уровнях.

Чрезвычайно важно понимать, что миссия компании должна быть сформулирована четко, в противном случае, если, например, она сформулирована в абстрактных понятиях, пользы от нее будет немного.

Американские социологи Томас Питерс и Роберт Уотерман, на основании обследований таких состоявшихся компаний как IBM, Boeing, Dana, McDonald's, Behtel и других, пришли к выводу, что преуспевающие фирмы отличаются прочной ориентацией на ценности [6]. Система ценностей находит свое отражение в формулировке кредо организации. Кредо компании включает цель ее деятельности, основные принципы, стиль, определенные обязательства по отношению к клиентам, акционерам, деловым партнерам, персоналу, обществу. Четко представленные, сформулированные и зафиксированные в документах фирмы, эти принципы и обязательства позволяют сплачивать сотрудников вокруг единых ясно определенных целей и ценностей. Деловое кредо организации - это концентрированное выражение ее философии и политики, провозглашаемое и реализуемое высшим руководством и разделяемое сотрудниками компании [8].

Наглядно демонстрирует важность понятной формулировки миссии организации проведенное нами исследование корпоративной компании ООО «Интегра плюс» [10]. В уставе данной компании миссия была сформулирована следующим образом: «Целью деятельности Общества является извлечение прибыли в интересах общества». Сорока работникам компании, относящимся к управленческому, основному и вспомогательному персоналу был задан вопрос: «Достаточно четко представляете ли Вы себе цели организации?». В результате оказалось, что четко представляют цели компании всего лишь 35% управляющего персонала, в то время как 88% и 40% основного и вспомогательного персоналов соответственно, представляют цели организации в общих чертах. Также выяснилось, что 12% основного и 60% вспомогательного персоналов вообще не представляют целей ООО «Интегра плюс». Результат был предсказуем, поскольку формулировка цели далека от идеала. Прибыль не может и не должна являться единственной целью работы организации. Прибыль – это всего лишь конечный результат деятельности общества. Цель должна лежать в основе определения ценностей.

Вторым этапом становления корпоративной культуры является формирование традиций организации, которое базируется на системе неформальных установок (например, дресс-код для сотрудников; запрет, либо разрешение на применение профессионального жаргона) и формальных правил (например, трудовой распорядок дня). Грамотные PR-специалисты осознают важность, в первую очередь, таких составляющих корпоративной культуры как стиль деловых отношений, социально-психологическое состояние коллектива. Именно эти аспекты в большей степени ответственны за развитие таких важнейших качеств сотрудников, как точность, пунктуальность, оперативность, обязательность и ответственность. Наличие у персонала компании таких компетенций выводит организацию

на новый уровень и, безусловно, поднимает ее авторитет в глазах потребителей, партнеров, инвесторов.

Последним этапом формирования корпоративной культуры организации является разработка информационного дизайна компании. Несомненно, в первую очередь, это касается разработки запоминающихся и благозвучных названия и слогана компании, цепляющего взгляд логотипа. Но так же очень важно, чтобы другие символы организации были похожи по стилю и оформлению на вышеперечисленные. Внутри помещений организации это создаст впечатление единого рабочего пространства, а так же ощущение причастности к организации каждого отдельного работника; посетителю же это придаст дополнительную уверенность в надежности компании. Ярким примером, иллюстрирующим успешно разработанный информационный дизайн компании, может служить торговая марка Mercedes – Benz. Слоган компании «The best or nothing», знаменитый логотип в виде стальной треноги создают впечатление надежной и компании. Более того, главный офис Mercedes в Штутгарте, как и все дилерские центры по всему миру, выполнены в похожем стиле: металл и стекло, создающие впечатление новейших технологий и незыблемости.

Решение об изменении корпоративной культуры принимается руководителем организации, но в то же время, оно должно быть согласовано с основными работниками организации, дабы в процессе реструктуризации корпоративной культуры не произошло ее отторжение сотрудниками. Только в таком случае возможно успешное установление новой корпоративной культуры и рост новейших ценностей и ориентаций организации.

Всем известна марка мотоциклов Harley-Davidson. Но было время, когда качество производства оставляло желать лучшего, руководство совершенно не обращало внимания на корпоративную культуру и, соответственно, компания была практически на грани разорения. Но после улучшения качества продукции благодаря использованию японского опыта (фирмы Honda), создания «Клуба развития лояльности у покупателей», на собрания которого приглашались все владельцы данной марки мотоциклов, производства сопутствующих товаров, начиная от кожаных курток и заканчивая шариковыми ручками, компания вышла на новый уровень и до сих пор занимает лидирующие позиции. И это не удивительно, потому что Harley-Davidson, как пишет Й. Кунде в своей книге «Корпоративная религия»: «Это не только религия мотоцикла, это еще и одна из сильнейших брэнд-религий, если не самая сильная» [5]. Эта компания никогда бы не вышла из своего кризиса и не завоевала мировой рынок, если бы ее руководство не предприняло меры по изменению именно корпоративной культуры. Качество товара, конечно же, играет важную роль при реализации, но зачастую не

главенствующую. Людей, по сути, подталкивает купить ту или иную продукцию та совокупность ценностей и взглядов, которых придерживается бренд, миссия организации, ее основная идея - предназначение, и роль в обществе. Возвращаясь к приведенному выше примеру, необходимо отметить, что \$10 за входной билет на мероприятие, организованное Harley, являлись взносом в Ассоциацию больных мышечной дистрофией. Этот факт привлекал людей, ведь компания таким образом показывала свою гуманность, социальную ответственность, заботу об этом мире, а не просто стремилась разжиться на доверчивости потребителя.

Подводя итоги, можно сказать, что наличие в компании сильной корпоративной культуры однозначно является ключевым фактором успеха, основной предпосылкой к дальнейшему успешному развитию компании. Именно благодаря организационной культуре, происходит улучшение социально-психологического климата внутри коллектива, рост производительности труда, уменьшение текучести кадров, формирование образа успешной и надежной компании, который на практике подтверждается достижениями организации.

Развитая и прогрессивная корпоративная культура – один из самых эффективных способов привлечения и удержания в организации инициативных, настроенных на карьеру и самосовершенствование сотрудников [4]. Их интересуют не только материальные ценности, но и удовлетворение своих социальных потребностей, таких как: самосовершенствование, достижение определенного социального статуса, социального страхования, реализация нематериальных мотиваций. Именно эти ценности присущи корпоративной культуре наиболее успешных компаний, сотрудники которых предпочитают, чтобы их фирма чем-то отличалась от остальных, имела свои традиции и обычаи, позитивную нравственную атмосферу, возможности роста личности. Желание идентифицировать себя с обществом через работу в успешном коллективе — один из самых сильных мотивов современного социального человека.

Список литературы

1. Алешина И.В. Паблик рилейшинз для менеджеров. М.: Знание, 2007. - 218 с.
2. Гапонова О.С., Коршунов И.А. Организационное управление предприятиями ранних фаз развития // Изд-во ИНФРА-М, 2016. - 360 с.
3. Гапонова О.С. Оценка мотивационного аспекта формирования корпоративной культуры организации. // Экономический анализ: теория и практика. Рубрика: Вопросы экономики. Москва, 2011. - С. 42-50.
4. Кузнецова И.С. Корпоративная культура как элемент управления

предприятием // Российское предпринимательство. — 2007. — № 5. Вып. 2 (91). — С. 43-47.

5. Кунде Й. Корпоративная религия / СПб.: Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2004. — 267 с.

6. Питерс Т., Уотермен Р. В поисках эффективного управления. Опыт лучших компаний: Пер. с англ. — М., 1986. — 187 с.

7. Спивак В. А. Корпоративная культура: теория и практика / Спивак А. В. — М.: Питер, 2007. — 256 с.

8. Томилов В.В. Организационная культура и предпринимательство /Учебное пособие. - СПб.: СПбУЭФ, 1994. — 120 с.

9. Quinn R. E., Cameron K.S. Organizational lifecycles and shifting criteria of effectiveness. Management Science, 1983. № 29. - Pp. 33-51.

10. Электронный ресурс: <http://www.rusprofile.ru/id/7365818> (дата обращения: 01.10.2016)

ПРОБЛЕМА БЕЗРАБОТИЦЫ В ОРЕНБУРГСКОЙ ОБЛАСТИ

Герасимова А.А. Безверхая О.Н.

Оренбургский государственный аграрный университет.

Одной из коренных социально-экономических проблем современного этапа развития отечественной экономики и важной характеристикой конкурентоспособности рынка труда является безработица. Чрезмерная безработица отрицательно отражается на всей экономике страны, именно поэтому изучение данного вопроса всегда является актуальным.

Теоретическим основанием в исследовании проблемы безработицы могут служить достижения мировой экономической науки. Отдельные составляющие безработицы, ее причины возникновения и пути регулирования исследовали А.Смит, Д.Рикардо, К. Маркс, А.Маршалл, Н. Кейнс А. Пигу, Т. Мальтус и другие. Актуальность данного вопроса привлекает внимание и современных российских исследователей: Арской Л.П., Батуренко С.А., Винокурова Е.Ф., Гоффе Н.В., Карачуриной Л.Б. и др.

Следует отметить, что определение регионального аспекта безработицы, ориентированного на Оренбургскую область, позволит выделить основные проблемы в данной области, что может стать основой для изменения государственной и

муниципальной политики, направленной на снижение уровня безработицы как в регионах, так и в масштабах страны в целом.

Безработица - это социально - экономическое явление, при котором часть экономически активного населения не может найти применения рабочей силе. В литературе выделены главные причины высокого уровня безработицы:

- движение рабочей силы (социальный, региональный, профессиональный);
- структурные сдвиги (межотраслевые, внутриотраслевые, региональные);
- спад экономики и соответствующее сокращение совокупного спроса на рабочую силу [6].

Безработицы считают важным стимулятором активности работающего населения, но в реальной экономической жизни – это большое общественное бедствие. Оно приводит к тяжелейшим негативным социально-экономическим последствиям.

Одним из главных последствий безработицы является то, что происходит обеднение населения, которое основано на утрате трудового заработка и замораживании заработной платы работников, продолжающих оставаться на производстве, что влечет за собой падение покупательной способности населения и, следовательно, падение совокупного спроса на товары.

Рассматривая региональный аспект безработицы Оренбургской области, необходимо указать, что в целом данный регион имеет очень удобную экономическую характеристику, так как является приграничным, что позволяет формировать региональную политику занятости населения с точки зрения учета данного фактора, так как негативно на занятость населения влияет миграционный отток, проблема старения, сокращение, а также сокращение трудоспособного населения.

Указанные факторы существенно влияют на рост конкуренции среди отраслей экономики за трудоспособные кадры. Однако, не учитывается, что только физическая трудоспособность не может компенсировать трудовые знания и умения населения. Это приводит к высокому уровню неэффективной занятости населения.

На уровень безработицы в Оренбургской области существенно влияют следующие факторы:

1. Колебания уровня экономической активности и занятости населения.
2. Спрос и предложение на рынке труда, которые характеризуются невысокой степенью сбалансированности. Большинство привлекательных рабочих мест не контролируется Государственной службой занятости, то есть процветает устройство на работу «По знакомству», основанное на родственных связях. При этом, такие принятые работники старательно держаться за привлекательные рабочие места, порой - и после

пенсий. Это приводит к невозможности устройства молодежи, сложности смены трудовых поколений.

3. Низкий уровень заработной платы. Оренбургская область, как и вся Россия, особенно с учетом сегодняшней сложной экономической ситуации, не соблюдает мировые стандарты заработной платы, что приводит в нарастанию противоречий в области субъективных и объективных характеристик труда

4. Гендерные особенности в структуре предлагаемых вакансий. Ни для кого не секрет, что женщинам сложнее устроиться на привлекательные вакансии, да и уровень заработной платы для женских профессий ниже.

5. На уровень безработицы Оренбургской области существенно влияет и изменение структуры имеющихся трудовых ресурсов. На сегодняшний день характерно увеличение доли иностранных трудовых мигрантов, которые занимают рабочие места с более низким уровнем заработной платы. Однако, работодатели, зная, что можно платить меньше, предлагают такие же формы оплаты труда и коренному населению, что не устраивает жителей Оренбургской области, которые предпочитают в некоторых случаях остаться совсем без работы, чем получать такие мизерные зарплаты.

В целом на формирование количественного состава трудового населения Оренбургской области как региона, на сегодняшний день негативно влияют такие факторы, как уменьшение естественного прироста населения, ухудшение демографической ситуации в сельской местности, снижение рождаемости, рост смертности, миграция населения из сел в города в результате влияния урбанизации, трудности, которые возникли в обществе в результате формирования новых экономических отношений, создание рыночной среды.

Современное состояние использования трудовых ресурсов существенно изменилось. На использование трудовых ресурсов постоянно влияют процессы приватизации государственных предприятий, создания новых условий для развития предприятий различных форм собственности и видов деятельности. В процессе изменений, что произошли в общественных отношениях, произошло перераспределение трудовых ресурсов между производственной и непроизводящей сферой, между отраслями народного хозяйства и предприятиями различных форм хозяйствования. Меняется профессиональный уровень работников под влиянием требований новых более совершенных технологических процессов, повышается эффективность использования квалифицированного труда.

Таким образом, проблема безработицы и ее региональный аспект достаточно актуальна на сегодняшний день и требует постоянного анализа и нахождения путей ее преодоления. Что же касается регионального аспекта безработицы в Оренбургской области, то в данном аспекте нужно развивать отрасли производства, которые будут характерны исключительно для нашего региона и таким образом обеспечивать рабочие места, давать возможность переквалификации безработным, что также дает возможность трудоустройства.

Список литературы

- 1 Арская Л.П. Общественные работы против безработицы: исторический опыт и идеи // Нац. интересы: приоритеты и безопасность. - 2013. - N 15. - С.81-84.
- 2 Батуренко С.А. Безработные в современном российском обществе: состояние и некоторые проблемы исследования // Вестн. Моск. ун-та. Сер.18. Социология и политология. - 2011. - N 2. - С.91-99.
- 3 Боков В.Н. Последствия финансово-экономического кризиса для рынка труда и уровня жизни граждан / Бобков В.Н., Гулюгина А.А. // Уровень жизни населения регионов России. - 2011. - N 7. - С.3-6.
- 4 Винокуров Е.Ф. К вопросу об определении уровня естественной безработицы // Экон. наука соврем. России. - 2013. - N 1. - С.62-72.
- 5 Герций Ю.В. Российский рынок труда в статистике кризиса / Ю.В.Герций, М.Л.Малышев // Социол. исслед. - 2012. - N 5. - С.53-60.
6. Глушанок Т.М. Демографические факторы формирования рынка труда Республики Карелия // [Демография](#). – 2012. - №2.
- 7.Гоффе Н.В. Влияние кризиса на занятость и безработицу // Мировая экономика и междунар. отношения. - 2013. - N 8. - С.27-38.
8. Ефимова Е.А. Из истории развития региональных рынков труда в России // ЭКО. - 2012. - N 8. - С.152-166.
- 9.Занятость населения России в 2012-2013 гг. // Мир экономики. – 2013. – сентябрь.
- 10.Карачурина Л.Б. Потенциал пространственной мобильности безработных в России / Л.Б.Карачурина, Н.В.Мкртчян // Социол. исслед. - 2013. - N 2. - С.40-33.

СЕКЦИЯ №23.

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ НАРОДОНАСЕЛЕНИЯ И ДЕМОГРАФИЯ

ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕ В НЕФТЕХИМИЧЕСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Квасов И.Н., Плетнев А.Г.

Омский государственный технический университет, г. Омск

Аннотация: в данной статье рассматривается импортозамещение смазочных материалов в Российской Федерации, экспандерные масла для трубопрокатного производства и пластификаторы для химической промышленности.

Ключевые слова: экспандерные масла, пластификаторы, нефтяная промышленность, импортозамещение, конкурентоспособность.

В апреле 2014 г. приказом Министерства промышленности и торговли Российской Федерации была утверждена «Стратегия развития химического и нефтехимического комплекса на период до 2030 года». Одной из целей настоящей стратегии является импортозамещение в потреблении нефтехимической продукции [4].

За несколько лет целенаправленной работы «Газпром нефти» удалось стать одним из лидеров российского рынка смазочных материалов, наладив производство и сбыт различных типов масел: потребительских, коммерческих, промышленных и судовых. Сегодня доля компании на российском рынке составляет порядка 15 %, причем основной фокус сосредоточен на премиальной продукции, способной достойно конкурировать с зарубежными аналогами самых именитых брендов. Однако оставались узкоспециализированные ниши, где продукция компании до сих пор не была представлена. Начать работу в новых сегментах позволило приобретение активов группы компаний «Росполихим», специализирующейся на производстве экспандерных масел для металлургии и трубопрокатного производства, пластификаторов, гидравлических и турбинных масел для авиации и флота, а также уникальных по своим свойствам продуктов для специальной техники. Ресурс и технологии предприятия дают возможность «Газпромнефть — СМ» значительно расширить ассортимент синтетических высокомаржинальных продуктов и еще активнее участвовать в процессе импортозамещения [1].

Используя свой научный потенциал, компания разработала собственную технологию получения целого спектра нефтепродуктов с различным набором свойств и характеристик. Почти треть в структуре готовой продукции нового актива «Газпром нефти» занимают

экспандерные масла, применяемые в металлургии и производстве труб. Экспандерное масло – это технологическая жидкость, которая используется при производстве труб на стадии экспандирования (формования и калибровки). Полный функционал экспандерного масла зависит от оборудования и процесса, но практически все из них должны обладать стабильностью масляной пленки (чтобы обеспечивать качественное смазывание), адгезионной способностью (способность удержаться на металле при жестких контактах металл-металл), защитой от износа (защита дорогостоящего оборудования) и эмульгируемостью (возможность смыть после использования). Экспандерные масла в России производит только «Росполихим», это связано с тем что, заводы выпускающие трубы большого диаметра, используют импортное оборудование и соответственно все масла, рекомендованные для использования, импортные.

Однако в настоящее время экспандерные масла «Росполихима» применяют Челябинский трубопрокатный завод и Выксунский металлургический завод, выход был найден, заводы перешли на собственную продукцию взамен импортной после окончания срока гарантийного обслуживания оборудования. В связи с реализацией крупнейших нефте- и газотранспортных проектов «Газпрома» и «Транснефти» увеличится потребность в трубах больших диаметров, следовательно, возрастет импортозамещение на экспандерные масла [6].

Компания займет значительную долю отечественного рынка в сегменте пластификаторов для химической промышленности. Пластификаторы — вещества, которые вводят в состав полимерных материалов для придания (или повышения) эластичности и (или) пластичности. Пластификаторы облегчают измельчение ингредиентов, снижают температуру технологической обработки композиций, улучшают морозостойкость полимеров. Некоторые пластификаторы могут повышать огне-, свето- и термостойкость полимеров. Наиболее распространенные пластификаторы: сложные эфиры. Пластификаторы используются для получения резинотехнических изделий (РТИ), пластиков на основе ПВХ, искусственных кож и другой продукции. По прогнозам Министерства экономического развития, производство РТИ и ПВХ в ближайшее десятилетие вырастет на 74 %, а потребление пластификаторов увеличится почти в два раза [3].

Решающими преимуществами пластификаторов становятся стабильность качества и соответствие ассортимента требованиям потребителя. Наличие пластификаторов «Газпромнефть — СМ» с имеющимся ассортиментом смазочных материалов образует уникальную продуктовую линейку для химической промышленности, которой не обладает ни одна профильная компания на российском рынке [2].

Импортозамещение основано на синергии всех граней бизнеса, включающей создание производства экспандерных масел, пластификаторов; наличие узкоспециализированных допусков и одобрений, полученных в результате многолетних научных исследований и испытаний; собственные ноу-хау и ассортимент уникальных, защищенных патентами продуктов; наработанные бизнес-связи и научно-техническое сотрудничество с крупнейшими металлургическими и химическими предприятиями в стране.

Это итог своевременных мер, принятых в ответ на экономические колебания последнего времени: расширение продуктовых линеек, развитие высокотехнологичных продуктов, экспансия в перспективные ниши, высвобождающиеся в силу ухода импортеров с отечественного рынка [5].

Список литературы

1. Квасов И.Н. Роль частно-государственного партнерства в модернизации экономики страны // Издательский дом ФИНАНСЫ и КРЕДИТ: М. — 2010. — №19. — с. 22-29
2. Квасов И.Н. Основные направления сотрудничества бизнеса и государства в вопросах модернизации экономики // Издательский дом ФИНАНСЫ и КРЕДИТ: М. — 2010. — №10. — с. 27-36
3. Квасов И.Н. Анализ систем обнаружения утечек в магистральном нефтепроводе. Инженерное дело: взгляд в будущее: материалы VII Международной научно-технической конференции ПАО "Омскнефтехимпроект". - Омск, 2016 г. - с. 33-34.
4. Медведев Д.А. Социально-экономическое развитие России: обретение новой динамики // Вопросы экономики: М. — 2016. — №10. — с. 5-30
5. [Электронный ресурс] - <http://www.gazpromneft-oil.com>
6. [Электронный ресурс] - [https://ru.wikipedia.org/wiki/ Пластификаторы](https://ru.wikipedia.org/wiki/Пластификаторы)

ЭВОЛЮЦИЯ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА УСЛУГ

Макаров В.В., Смирнова В.В.

Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций
им. проф. М. А. Бонч-Бруевича

Одним из первых определение категории «качество» дал Аристотель, который рассматривал качество в трех видах.

1. Качество как видовое отличие сущности, например: человек, есть живое существо такого-то качества, потому что он двуногое существо, а лошадь - потому что четвероногое.

2. Качество как характеристика состояния сущности.

3. Качество как свойство вещи.

Можно сказать, что Аристотель практически навсегда определил понимание качества как философской категории.

В рамках философии качества выделяют несколько направлений: социальное качество, качество жизни, качество хозяйства, философию управления качеством и качество человека. По мере увеличения знаний об этой категории, определении новых связей, усложняется и процесс управления.

Вплоть до XX века можно наблюдать попытки улучшить качество продукции на отдельных предприятиях. Начало XX века ознаменовалось трудами Ф.Тейлора[1] и У.Шухарта[2], послужившими потом основой для разработки современной теории управления качеством.

Развитие экономических отношений и рост конкуренции привели к формированию следующих требований к качественным параметрам продукции:

наилучшие потребительские качества при данной цене;

более оперативное снабжение;

более высокая надежность;

новые и лучшие характеристики;

лучшие эксплуатационные качества и более длительные сроки эксплуатации.

Осознание изменчивости как источника низкого качества и потерь прогрессировало. Однако собственники и предприниматели редко придавали этому значение. Все интересы были сконцентрированы на прибыли. Такая ситуация сохранялась до начала XX века.

Существенный вклад в развитие теории управления качеством сделал американский инженер Фредерик Уинслоу Тейлор (1856 —1915), ставший основоположником научной организации труда. Ф.Тэйлор определил, что довольно часто проблемы производства, качества и сбыта связаны с деятельностью собственников фирм и их руководством. Результаты труда были гораздо меньше прилагаемых усилий. Ф.Тейлор вел исследования в двух направлениях:

превращение управления в самостоятельный вид деятельности, отдельный от выполнения конкретных заданий;

введение научной организации труда и увеличение производительности труда.

Ф.Тейлор подчеркивал, что на предприятии будущего высвободится созидательная энергия рабочих, и настанет время изобретений и открытий, основанных на свободе мысли.

Значительный вклад в разработку системы управления качеством внёс Уолт Эндрю Шухарт (1891—1967). У. Шухарт поставил себе задачу разработать метод контроля, при котором можно было бы предотвратить появление некачественного продукта. В 1924 г. У. Шухарт установил, что поставленную задачу можно решить, применяя статистические методы. Были разработаны контрольные карты и методы, впоследствии некоторых из них были названы именем изобретателя. С помощью разработанных методов можно было контролировать процесс производства на всех этапах и вовремя заметить изменения, ведущие к снижению качества.

Применение разработанных методов «Bell Telephone Laboratories» привело к снижению некачественной продукции и брака более чем на 50%.

В то же время анализ применения статистических методов показал, что сплошной контроль требует больших временных, трудовых и финансовых затрат.

Для повышения эффективности применения метода У. Шухарт разработал «общую теорию выборочной совокупности со всеми основными положениями, которая и теперь используется в массовом порядке во всем мире». В результате анализа процессов производства Шухарт решил, что Тэйлор прав, в том, что на качество продукции в той или иной мере влияют почти все процессы, а не только непосредственное производство.

В 1939 году был опубликован труд, в котором У.Шухарт предлагал метод улучшения качества, который можно было бы применять к любому процессу, осуществляемому на предприятии, включая все уровни управления. Позже этот метод был назван «Цикл улучшений Шухарта».

Проблема качества услуг является важнейшим фактором повышения уровня жизни, экономической, социальной и экологической безопасности. Качество - комплексное понятие, характеризующее эффективность всех сторон деятельности: разработка стратегии, организация производства, маркетинговая деятельность, охрана окружающей среды. Отмечается наличие системного подхода к управлению качеством. Серьезное внимание в России стало уделяться не только качеству товаров, но и качеству услуг. Это

обусловлено тем, что во многих странах с развитой экономикой прошедшее десятилетие характеризуется бурным ростом сферы услуг.

Доля услуг в валовом национальном продукте развитых индустриальных стран сегодня достигает свыше 2/3 общего объема, а число работающих в сфере услуг достигло 77 % общего числа занятых. В одной из своих работ российский учёный А.В. Гличев дает следующее определение управлению качеством: «Управление качеством продукции - это подготовка и внесение в план по качеству, нормативную, техническую документацию значений показателей качества вновь осваиваемой или модернизируемой продукции или изменение показателей качества выпускаемой продукции, а также выполнение необходимых работ по достижению и поддержанию этих значений показателей» [3].

Таким образом, управление качеством продукции представляет собой процесс, включающий выявление характера и объема потребностей в продукции, оценку фактического уровня ее качества, разработку, выбор и реализацию мероприятий по обеспечению запланированного уровня качества продукции.

К концу 1980-х годов стало ясно, что говорить лишь об управлении качеством продукции - значит иметь в виду десятую долю из всего многообразия объектов, об управлении качеством которых необходимо вести речь в современных условиях. В связи с этим понятие «управление качеством» было стандартизировано. В настоящее время установлены международные стандарты серии ИСО 9000, определяющие управление качеством как методы и виды деятельности оперативного характера, используемые для удовлетворения требований к качеству[4].

В основу стандартов серии ИСО 9000 положен процессный подход при разработке, внедрении и улучшении результативности системы менеджмента качества. Преимущество процессного подхода состоит в непрерывности управления с целью повышения удовлетворенности потребителей путем выполнения их требований.

Особенности новой версии стандартов серии ИСО являются достаточно важными при формировании системы качества, основанной на процессном подходе. Ориентация же процессного подхода на постоянное совершенствование требует не только специальной подготовки, но и четко организованной работы организации. Выделение отдельных измеримых элементов производственного процесса (например, транспортировки, складирования и т. п.), требует серьезных изменений не только в системе учета и контроля, но и определенных корректив в структуре управления организацией [5].

Поэтому при переходе на новую концепцию международных стандартов предприятию сферы услуг предстоит достаточно длительная подготовка. Следует также отметить сложность применения данного подхода в управлении качеством

услуг, поскольку в этом случае присутствуют такие трудноизмеримые и специфические параметры как настроение и мотивация сотрудника, оказывающего услуги, его уровень конфликтности и компетентности, ведь речь идет именно об обслуживании покупателя, а не о производстве заданной модели продукции.

Разработанная и внедренная система управления качеством услуг направлена на умение «слушать» потребителя, работать так, как удобно потребителю, и делать то, что востребовано потребителем (в пределах и рамках действующих законов и нормативов). Причем следует отметить, что во многом набор документов и элементов управления в организации уже существует, и поэтому внедрять большое количество новшеств международная система не требует. Она приводит все процессы организации в саморегулируемую систему, направленную на наиболее полное удовлетворение потребностей партнеров, которым предоставляются услуги. В современных условиях, управление качеством представляет собой определенную стратегию и тактику не только выживания, но и дальнейшего процветания общества в целом, конкретных организаций и каждого человека. При этом все термины и подходы к управлению, приведенные выше, полностью относятся и к управлению качеством.

Наконец, наибольший практический интерес представляет собой модель качества сервисных услуг, в которой должны быть предложены основные требования к высококачественному сервису. Практика показывает, что если качество сервиса не соответствует ожиданиям покупателей, то они, как правило, утрачивают интерес к продавцу услуги. Если их ожидания удовлетворены на высоком уровне, то клиенты склонны вновь обратиться к продавцу качественных услуг. Э. Парасураман, В. Цайтанли, Л. Бери предложили свою модель качества услуг [6]. В представленной модели услуг отмечены 5 разрывов, детерминирующих неудовлетворенность потребителей качеством услуг, в частности:

Разрыв 1 (разрыв между ожиданиями потребителей и представлениями менеджмента). Руководство сервисной организации далеко не всегда адекватно представляет себе требования потребителей. Так, например, администрация магазина или салона продажи услуг может думать, что потребителей волнует только качество и цена товара, в то время как они, в частности, не удовлетворены действиями обслуживающего персонала и качеством обслуживания.

Разрыв 2 (разрыв между представлениями менеджмента и требованиями к качеству услуг). К примеру, руководство супермаркета, верно представляя потребности своих покупателей, порой не устанавливает четких норм (стандартов) обслуживания. Администрация магазина часто требует, чтобы обслуживающий персонал работал

«быстро» и оперативно, при этом, никак не регламентируя количественные показатели их деятельности.

Разрыв 3 (разрыв между качеством обслуживания и ожиданием потребителя). Потребитель обычно ожидает лучшее качество обслуживания от продавца.

Разрыв 4 (разрыв между обслуживанием и внешними коммуникациями). Ожидания потребителей во многом зависят от внешнего вида (дизайна) салона продаж и его рекламы на месте продажи. Известно, что продавец, прежде чем продать товар должен «продать» в первую очередь себя, а потом товар.

Разрыв 5 (разрыв между восприятием услуг и ожиданиями относительно сервиса). Расхождения возникают часто в тех случаях, когда потребитель неправильно воспринимает качество услуги. Например, при посещении некоторых торговых точек отдельные покупатели воспринимают повышенное внимание к ним как недостаток и жалуются на «прилипчивость» обслуживающего персонала.

Помня об этих возможных разрывах и стремясь предоставлять услуги высокого качества, руководство предприятий сферы услуг должно обязательно создавать собственную стратегическую систему сервиса и демонстрировать свою приверженность в отношении культуры обслуживания своих постоянных потребителей.

Поэтому ещё раз подчеркивается сложная природа происхождения качества услуги, которое базируется на индивидуальных потребностях личности, прошлом опыте, вербальных коммуникациях, ожиданиях потребителя, новых технологиях[7].

В настоящее время в услугах выделяют два основных направления регулирования качества:

- материальное направление, объективное, и соответствующие ему количественные характеристики, т.е. показатели или параметры качества, измеряемые и выраженные числом и размерностью, имеющие стандартные методы определения (расчетов, анализа, измерений и т. п.);

- нематериальное, или субъективное, и соответствующие ему качественные (неизмеряемые) характеристики, зависящие от субъективного восприятия потребителя. Это - комфортность, удобство, эстетика интерьера, этика общения, доступность персонала и т. д., что представляет собой культуру обслуживания.

Стандарт ИСО 9000 выделяет также две группы характеристик качества услуг, что очень актуально применительно к телекоммуникациям [8]:

- количественные, к ним относят время ожидания услуги, время её предоставления, характеристика оборудования, инструмента, материалов, надежность

результата услуги, точность исполнения услуги, полноту услуги, безопасность процессов оказания услуги, уровень автоматизации, механизации, информационные сведения и др.;

- к качественным характеристикам относят: компетентность и уровень мастерства исполнителя услуги, доступность персонала, доверие к персоналу, эффективность контактов с клиентами, комфортные условия обслуживания, эстетика интерьера[9].

Список литературы

1. Тейлор Ф. Принципы научного менеджмента, 1911 г.
2. Шухарт У.А. Экономический контроль качества произведенного продукта / Вэн Ноустренд К., Нью-Йорк, - 1931.
3. Гличев А. В., и др. Управление качеством продукции (опыт, проблемы, перспективы). — М.: Экономика, 1979. 176 с.
4. Инновации, инвестиционная политика и управление качеством услуг компании мобильной связи. *Макаров В.В., Горбатъко А.В.* Санкт-Петербург, 2014.- 288 с.
5. Проектно-ориентированное управление инновационными изменениями в организациях. *Макаров В.В., Долгов Д.В.*
6. В. В. Макаров, Д. В. Долгов ; М-во образования и науки Рос. Федерации, Гос. образоват. учреждение высш. проф. образования "С.-Петерб. гос. ун-т экономики и финансов". СПб., 2004.
7. Berry, Parasuraman and Zeithaml, Quality Counts in Services, Too Business Horizons, May-Yuni 1992, pp. 44-52/
8. Информационные технологии в практике управления качеством. *Мальцева У.В., Макаров В.В.* Инновации. 2011. № 12. С. 116-119.
9. Методологические подходы к созданию интегрированной СМК в инфокоммуникациях. *Макаров В.В.* Век качества. 2011. № 6. С. 30-32.
10. Интегральная оценка качества продаж услуг мобильной связи. *Макаров В.В., Галков И.М.* Вестник РАЕН. 2013. №17.С.83.

ПЛАН КОНФЕРЕНЦИЙ НА 2016 ГОД

Январь 2016г.

III Международная научно-практическая конференция **«Актуальные вопросы экономики, менеджмента и финансов в современных условиях»**, г. Санкт-Петербург

Прием статей для публикации: до 1 января 2016г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 февраля 2016г.

Февраль 2016г.

III Международная научно-практическая конференция **«Актуальные проблемы менеджмента и экономики в России и за рубежом»**, г. Новосибирск

Прием статей для публикации: до 1 февраля 2016г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 марта 2016г.

Март 2016г.

III Международная научно-практическая конференция **«Вопросы современной экономики и менеджмента: свежий взгляд и новые решения»**, г. Екатеринбург

Прием статей для публикации: до 1 марта 2016г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 апреля 2016г.

Апрель 2016г.

III Международная научно-практическая конференция **«Актуальные вопросы экономики и современного менеджмента»**, г. Самара

Прием статей для публикации: до 1 апреля 2016г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 мая 2016г.

Май 2016г.

III Международная научно-практическая конференция **«Вопросы и проблемы экономики и менеджмента в современном мире»**, г. Омск

Прием статей для публикации: до 1 мая 2016г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 июня 2016г.

Июнь 2016г.

III Международная научно-практическая конференция **«Тенденции развития экономики и менеджмента»**, г. Казань

Прием статей для публикации: до 1 июня 2016г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 июля 2016г.

Июль 2016г.

III Международная научно-практическая конференция **«Перспективы развития экономики и менеджмента»**, г. Челябинск

Прием статей для публикации: до 1 июля 2016г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 августа 2016г.

Август 2016г.

III Международная научно-практическая конференция **«Экономика и менеджмент: от теории к практике»**, г. Ростов-на-Дону

Прием статей для публикации: до 1 августа 2016г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 сентября 2016г.

Сентябрь 2016г.

III Международная научно-практическая конференция **«Современный взгляд на проблемы экономики и менеджмента»**, г. Уфа

Прием статей для публикации: до 1 сентября 2016г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 октября 2016г.

Октябрь 2016г.

III Международная научно-практическая конференция **«Экономика, финансы и менеджмент: тенденции и перспективы развития»**, г. Волгоград

Прием статей для публикации: до 1 октября 2016г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 ноября 2016г.

Ноябрь 2016г.

III Международная научно-практическая конференция **«О некоторых вопросах и проблемах экономики и менеджмента»**, г. Красноярск

Прием статей для публикации: до 1 ноября 2016г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 декабря 2016г.

Декабрь 2016г.

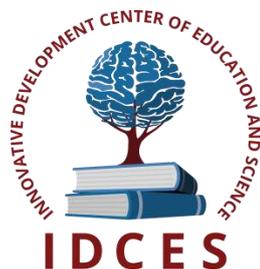
III Международная научно-практическая конференция **«Развитие экономики и менеджмента в современном мире»**, г. Воронеж

Прием статей для публикации: до 1 декабря 2016г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 января 2017г.

С более подробной информацией о международных научно-практических конференциях можно ознакомиться на официальном сайте Инновационного центра развития образования и науки www.izgon.ru (раздел «Экономика и менеджмент»).

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



О некоторых вопросах и проблемах экономики и менеджмента

Выпуск III

**Сборник научных трудов по итогам
международной научно-практической конференции
(11 ноября 2016г.)**

г. Красноярск

2016 г.

Печатается в авторской редакции
Компьютерная верстка авторская

Подписано в печать 10.11.2016.
Формат 60×90/16. Бумага офсетная. Усл. печ. л.25,7.
Тираж 250 экз. Заказ № 112.

Отпечатано по заказу ИЦРОН в ООО «Ареал»
603000, г. Нижний Новгород, ул. Студеная, д. 58.