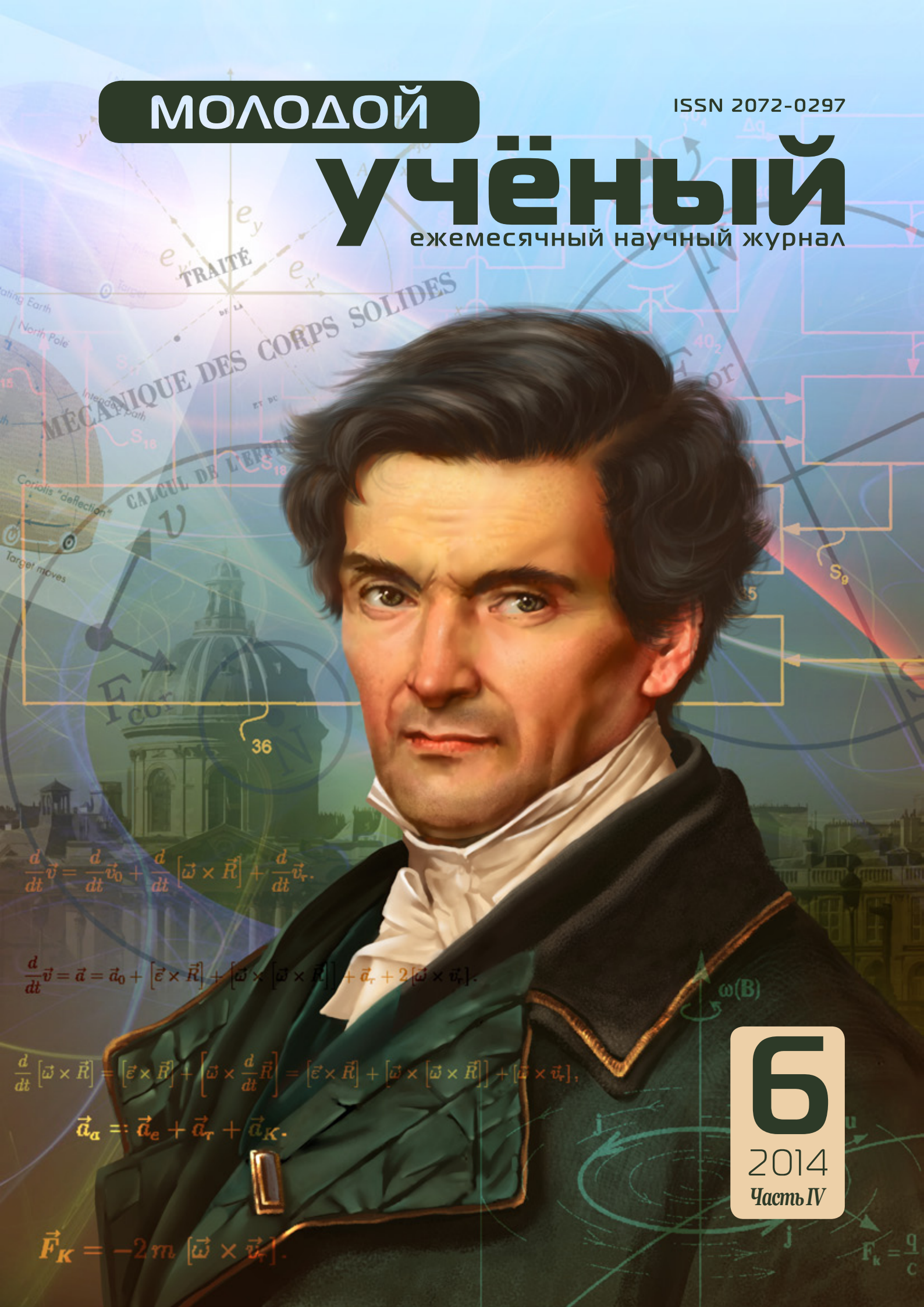


МОЛОДОЙ

ISSN 2072-0297

УЧЁНЫЙ

ежемесячный научный журнал



$$\frac{d}{dt} \vec{v} = \frac{d}{dt} \vec{v}_0 + \frac{d}{dt} [\vec{\omega} \times \vec{R}] + \frac{d}{dt} \vec{v}_r.$$

$$\frac{d}{dt} \vec{v} = \vec{a} = \vec{a}_0 + [\vec{\epsilon} \times \vec{R}] + [\vec{\omega} \times [\vec{\omega} \times \vec{R}]] + \vec{a}_r + 2[\vec{\omega} \times \vec{v}_r].$$

$$\frac{d}{dt} [\vec{\omega} \times \vec{R}] = [\vec{\epsilon} \times \vec{R}] + [\vec{\omega} \times \frac{d}{dt} \vec{R}] = [\vec{\epsilon} \times \vec{R}] + [\vec{\omega} \times [\vec{\omega} \times \vec{R}]] + [\vec{\omega} \times \vec{v}_r],$$

$$\vec{a}_\alpha = \vec{a}_e + \vec{a}_r + \vec{a}_K.$$

$$\vec{F}_K = -2m [\vec{\omega} \times \vec{v}_r].$$

6
2014
Часть IV

ISSN 2072-0297

Молодой учёный

Ежемесячный научный журнал

№ 6 (65) / 2014

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ:

Главный редактор: Ахметова Галия Дуфаровна, *доктор филологических наук*

Члены редакционной коллегии:

Ахметова Мария Николаевна, *доктор педагогических наук*

Иванова Юлия Валентиновна, *доктор философских наук*

Лактионов Константин Станиславович, *доктор биологических наук*

Сараева Надежда Михайловна, *доктор психологических наук*

Авдеюк Оксана Алексеевна, *кандидат технических наук*

Алиева Тарана Ибрагим кызы, *кандидат химических наук*

Ахметова Валерия Валерьевна, *кандидат медицинских наук*

Брезгин Вячеслав Сергеевич, *кандидат экономических наук*

Данилов Олег Евгеньевич, *кандидат педагогических наук*

Дёмин Александр Викторович, *кандидат биологических наук*

Дядюн Кристина Владимировна, *кандидат юридических наук*

Желнова Кристина Владимировна, *кандидат экономических наук*

Жуйкова Тамара Павловна, *кандидат педагогических наук*

Игнатова Мария Александровна, *кандидат искусствоведения*

Коварда Владимир Васильевич, *кандидат физико-математических наук*

Комогорцев Максим Геннадьевич, *кандидат технических наук*

Котляров Алексей Васильевич, *кандидат геолого-минералогических наук*

Кучерявенко Светлана Алексеевна, *кандидат экономических наук*

Лескова Екатерина Викторовна, *кандидат физико-математических наук*

Макеева Ирина Александровна, *кандидат педагогических наук*

Мусаева Ума Алиевна, *кандидат технических наук*

Насимов Мурат Орленбаевич, *кандидат политических наук*

Прончев Геннадий Борисович, *кандидат физико-математических наук*

Семахин Андрей Михайлович, *кандидат технических наук*

Сенюшкин Николай Сергеевич, *кандидат технических наук*

Ткаченко Ирина Георгиевна, *кандидат филологических наук*

Яхина Асия Сергеевна, *кандидат технических наук*

На обложке изображен Гаспар-Гюстав де Кориолис (1792–1843) — французский математик, механик и инженер.

Статьи, поступающие в редакцию, рецензируются. За достоверность сведений, изложенных в статьях, ответственность несут авторы. Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов материалов. При перепечатке ссылка на журнал обязательна. Материалы публикуются в авторской редакции.

АДРЕС РЕДАКЦИИ:

420126, г. Казань, ул. Амирхана, 10а, а/я 231. E-mail: info@moluch.ru; <http://www.moluch.ru/>.

Учредитель и издатель: ООО «Издательство Молодой ученый»

Тираж 1000 экз.

Отпечатано в типографии «Конверс», г. Казань, ул. Сары Садыковой, д. 61

Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций.

Свидетельство о регистрации средства массовой информации ПИ № ФС77-38059 от 11 ноября 2009 г.

Журнал входит в систему РИНЦ (Российский индекс научного цитирования) на платформе elibrary.ru.

Журнал включен в международный каталог периодических изданий «Ulrich's Periodicals Directory».

Ответственные редакторы:

Кайнова Галина Анатольевна

Осянина Екатерина Игоревна

Международный редакционный совет:

Айрян Заруи Геворковна, *кандидат филологических наук, доцент (Армения)*

Арошидзе Паата Леонидович, *доктор экономических наук, ассоциированный профессор (Грузия)*

Атаев Загир Вагитович, *кандидат географических наук, профессор (Россия)*

Борисов Вячеслав Викторович, *доктор педагогических наук, профессор (Украина)*

Велковска Гена Цветкова, *доктор экономических наук, доцент (Болгария)*

Гайич Тамара, *доктор экономических наук (Сербия)*

Данатаров Агахан, *кандидат технических наук (Туркменистан)*

Данилов Александр Максимович, *доктор технических наук, профессор (Россия)*

Досманбетова Зейнегуль Рамазановна, *доктор философии (PhD) по филологическим наукам (Казахстан)*

Ешиев Абдыракман Молдоалиевич, *доктор медицинских наук, доцент, зав. отделением (Кыргызстан)*

Игисинов Нурбек Сагинбекович, *доктор медицинских наук, профессор (Казахстан)*

Кадыров Кутлуг-Бек Бекмуратович, *кандидат педагогических наук, заместитель директора (Узбекистан)*

Козырева Ольга Анатольевна, *кандидат педагогических наук, доцент (Россия)*

Лю Цзюань, *доктор филологических наук, профессор (Китай)*

Малес Людмила Владимировна, *доктор социологических наук, доцент (Украина)*

Нагервадзе Марина Алиевна, *доктор биологических наук, профессор (Грузия)*

Нурмамедли Фазиль Алигусейн оглы, *кандидат геолого-минералогических наук (Азербайджан)*

Прокопьев Николай Яковлевич, *доктор медицинских наук, профессор (Россия)*

Прокофьева Марина Анатольевна, *кандидат педагогических наук, доцент (Казахстан)*

Ребезов Максим Борисович, *доктор сельскохозяйственных наук, профессор (Россия)*

Сорока Юлия Георгиевна, *доктор социологических наук, доцент (Украина)*

Узаков Гулом Норбоевич, *кандидат технических наук, доцент (Узбекистан)*

Хоналиев Назарали Хоналиевич, *доктор экономических наук, старший научный сотрудник (Таджикистан)*

Хоссейни Амир, *доктор филологических наук (Иран)*

Шарипов Аскар Калиевич, *доктор экономических наук, доцент (Казахстан)*

Художник: Евгений Шишков

Верстка: Павел Бурьянов

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

Имамутдинова С.А.

Применение спектральных асимметричных мер риска в портфельном анализе..... 423

Искакова К.А., Сейсембаев К.Н.

Туристские перевозки — важный элемент инновационного развития туризма Казахстана 426

Каппушева Ф.М., Романова А.В.,

Мастихина А.Л., Попов К.А.

Процесс реструктуризации промышленности (на примере предприятия «Логистик групп») 431

Киселева О.В.

Оптимизация налогообложения как способ увеличения экономических результатов..... 433

Котова Д.Д.

Влияние эффективного управления учреждениями дополнительного образования на развитие креативности детей младшего возраста 436

Кропова А.А.

Оценка инвестиций в ценные бумаги на фондовом рынке 439

Легачёва А.А.

Виды управленческой коммуникации..... 441

Маричева Н.Н.

Междисциплинарные исследования в экономике 443

Маричева Н.Н.

Глобальные дисбалансы в мировой экономике..... 446

Мартиросян М.Р.

Современные подходы к организации PR-деятельности в сфере услуг 448

Мастихин А.А., Савина Е.А., Попов К.А.,

Стригина М.О., Филиппова М.Г., Скляренко С.А.

Последствия вступления в ВТО для отечественной фармацевтической промышленности 453

Матвеева Д.Д.

Анализ признаков банкротства по абсолютным данным бухгалтерской отчетности..... 455

Молчанова Е.Н.

Конкурентоспособность персонала как один из ключевых факторов конкурентоспособности организации 458

Мочулаев В.Е.

Оценка стоимости недвижимости методом накопления денежных доходов 460

Парпиев Ж.И.

Определение расчётной стоимости облигаций сроком погашения больше года и долгосрочных займов..... 463

Петрукович Н.Г.

К вопросу классификации процессов валютно-финансовой интеграции..... 465

Позняева В.М.

Оценка стоимости авиакомпании для первой публичной продажи акций 468

Понявина М.Б.

Marketing aspects of gross cash flow high level formation on emerging service markets due to premium price positioning 470

Пфанштель В.С.

Модель профессиональных компетенций эффективного консультанта 473

Пфанштель В.С.

Ресурсно-компетентностный подход в стратегическом анализе внешней среды организаций торговли 476

Ромашова Т.В., Михалева Г.В. Основные направления государственной поддержки малого и среднего бизнеса в Республике Коми 480	Федоров В.А. Формирование моды на велосипед как способ решения транспортных проблем в мегаполисах..... 507
Рудычев А.А., Бугаенко Л.В. Международная практика контроллинга (немецкая и американская модели) 484	Федоров В.А. О формирования эффективной системы сбора «дорожных денег» в России..... 511
Сирождидинов И.К., Ботирова Р.А. Стимулирование развития малого бизнеса и частного предпринимательства в Узбекистане 486	Фридман А.И., Чавыкина М.А. Особенности адаптации персонала в образовательных учреждениях..... 515
Сирождидинов К.И., Хужахонов М.Х. Финансовое оздоровление предприятий при поддержке коммерческих банков 488	Черепанова Н.В., Карпова К.А. Ограничения, возникающие в процессе делегирования 517
Тазихина Т.В., Надеждина Я.В. Расчет ставки дисконтирования с учетом специфики российского фондового рынка 490	Чмеленко Н.Ю. Разработка индивидуального плана счетов малыми предприятиями 519
Тайгибова Т.Т. Совершенствование механизмов управления качеством медицинских услуг 496	Шабанова К.Р. Оценка инвестиционного климата в Калужской области 522
Тарханова Е.А., Пастухова А.В. Кредитный риск в системе управления рисками в банковской деятельности..... 499	Шевченко Т.П. Международные руководства, стандарты и отчетность в сфере корпоративной социальной ответственности 525
Уророва А.А. Проблемы оформления приема лома и отходов черных металлов от физических лиц при использовании контрольно-кассовой техники..... 502	Шитяков Р.А. Территориальная организация рынка труда Вологодской области..... 528
Фадеева Г.Д., Маркелова И.В., Железняков Л.А. Организация управления производством предприятия по проведению отделочных работ 504	Шоев А.Х. Некоторые аспекты конкурентной борьба за ресурсы в мировой экономике 532
	Ядоян В.О. Теоретические аспекты мотивации государственных гражданских служащих 534
	Яковлева А.В. Современная экономика и тенденции ее развития 536

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

Применение спектральных асимметричных мер риска в портфельном анализе

Имамутдинова Светлана Анатольевна, магистрант
Уфимский государственный авиационный технический университет

В статье предлагается разработка методики формирования портфелей ценных бумаг с применением спектральных асимметричных мер риска.

Инвесторы — лица, которые владеют определенным количеством акций разного срока действия и разной ценности. Главной задачей для них является правильное управление и вложение этих акций, а главной целью — получение наибольшей прибыли и минимизация рисков. При этом им необходимо сформировать портфели акций, которые отвечают их требованиям, то есть оптимальные портфели. Именно потому, что инвесторы по-разному могут относиться к прибылям и убыткам, в этой работе была учтена асимметрия этого отношения. Были введены показатели, которые показывают, насколько инвестор положительно относится к риску, даже если этот риск сулит ему определенные потери и показатель, характеризующий неприятие риска, даже если в будущем будут довольно большие прибыли. В работе рассматривается задача формирования портфеля ценных бумаг с применением к нему в дальнейшем спектральных асимметричных мер риска. Эта задача довольно традиционна и уже известны некоторые подходы к её решению. Особенностью же данной работы является предложенный асимметричный вариант спектральных мер риска, учитывающий различные отношения инвестора к прибылям и убыткам.

Появление мер риска явилось естественной попыткой оценить одним числом возможные потери портфеля финансовых инструментов при колебаниях рынка. Они также дают возможность оценить размер капитала, который необходимо резервировать для покрытия этих потерь.

Мера риска необходима, прежде всего, для:

1) Определения рискованного капитала, т.е. определения капитала необходимого финансовому учреждению для покрытия неожиданных убытков.

2) Как инструмент управления — это означает, что меры риска используются менеджментом для того, чтобы оценивать и контролировать уровень риска, принятый подразделением компаний. [1]

Большинство рисков вне зависимости от их физической природы имеет финансовые последствия.

Спектральная мера риска является функцией доходности портфеля и показывает количество нумератора (обычно валюты), которая должна быть в запасе. Преимущество спектральных мер риска заключается в том, каким образом они могут быть связаны с неприятием риска, и, в частности с функцией полезности, где через веса указывается возможная прибыль портфеля. [2]

Спектральная мера риска M_ϕ может быть определена по следующей формуле:

$$M_\phi(X) = - \int_0^1 \phi(p) F_X^{-1}(p) dp \quad (1)$$

Где $M_\phi(X)$ — мера риска для портфеля X , $F_X^{-1}(p)$ — это обратная функция распределения для X . [3]

В этой работе вводится понятие асимметричной меры риска, потому, что различные инвесторы по-разному могут относиться к рискам и потерям.

Если есть функция распределения доходности, где p^* это её значение в 0, положительная часть функции и отрицательная часть такие, как это показано на рис. 1.

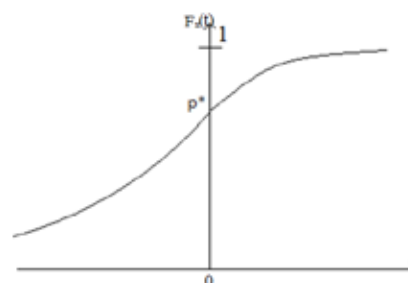


Рис. 1

Формула для определения асимметричной спектральной меры риска выглядит как:

$$M_\phi = - \int_0^{p^*} \phi(p) F_X^{-1}(p) dp - \int_{p^*}^1 \psi(p) F_X^{-1}(p) dp \quad (2)$$

Предположим, что $\varphi(p) = p^\alpha$, $\psi(p) = p^\beta$. α и β здесь — показатели отношения инвестора к положительным и отрицательным рискам. То есть при отрицательных значениях функции распределения используется параметр β , а при положительном значении используется параметр α . Таким образом, формулу (2) можно представить как:

$$M_\varphi = - \int_0^{p^*} p^\beta F_X^{-1}(p) dp - \int_{p^*}^1 p^\alpha F_X^{-1}(p) dp \quad (3)$$

Где $M_\varphi(X)$ — мера риска для портфеля X , F_X^{-1} — это обратная функция распределения для X , $\varphi(p)$ — неотрицательная, не возрастающая, непрерывная интегрируемая функция, определенная на $[0;1]$.

α и β — степень, в которую возводится показатель $\varphi(p)$, зависящая от отношения инвестора к положительным и отрицательным рискам. То есть при $\rho \leq 0$ используется коэффициент β , а при $\rho > 0$ используется α .

ρ — доходность портфеля, которая может быть вычислена по формуле:

$$\rho_i = \ln \frac{C_i}{C_{i-1}} \quad (4)$$

Где C_i — цена акции в момент времени i , C_{i-1} — цена акции в момент времени $i-1$.

Статистическая оценка спектральных асимметричных мер риска:

$$M_\varphi(X) = \sum_{i=1}^{n-1} \left(\frac{\rho_i + \rho_{i+1}}{2} \right) (b_i)^\alpha - \sum_{i=n}^{m-1} \left(\frac{\rho_i + \rho_{i+1}}{2} \right) (b_i)^\beta \quad (5)$$

Таким образом, в дальнейших расчетах будет использоваться формула (5) учитывающая асимметрию распределения случайной величины. Необходимость учета асимметрии заключается в различном отношении инвесторов к рискам.

Алгоритм решения задачи

Перейдем непосредственно к рассмотрению программы, которая была создана мной в среде Microsoft Visual Studio 2010 и производит все вычисления и необходимые расчеты.

1) В качестве исходных данных взяты ежедневные цены акций пяти компаний за годовой период. Я использовала цены акций пяти компаний таких как «Газпром», «Лукойл», «Автоваз», «Роснефть», «Сбербанк». Данные были взяты с официального сайта <http://www.finam.ru/>. Также, в начале, стоит задать коэффициенты α и β . Эти коэффициенты задаются инвестором в зависимости от его отношения к риску. В данной работе было принято, что они принадлежат интервалу от 0 до 2. Если инвестор решает, что не склонен к риску, даже если получит при этом небольшую прибыль, то $\beta > \alpha$, если же он готов рискнуть, пусть даже это грозит потерей какой-то суммы, но при этом получить максимальный доход, то он задает $\alpha > \beta$.

2) Запускаем программу, созданную для вычисления мер рисков, а также графического отображения полученных результатов в среде Microsoft Visual Studio 2010.

3) Заносим исходные данные в программу. Для этого нажимаем «Открыть файл с исходными данными» и выбираем файл, в котором находятся данные по ценам пяти акций за годовой период. Нормирование данных выполняется программой автоматически.

Для нормирования данных по первой акции используется следующая формула:

$$x_{ij}^0 = \frac{x_{ij}}{x_{i1}} \quad (6)$$

где x_{ij}^0 — нормированная цена i -ой акции в момент времени j ,

x_{ij} — цена i -ой акции в момент времени j ,

x_{i1} — цена i -ой акции в первый момент времени момент времени.

Операция нормирования необходима для приведения данных к сопоставимому виду.

Также здесь инвестор задает α и β . Как видно на рисунке 3 они задаются окошках внизу.

4) Следует выбрать доли акций каждой компании в формируемом портфеле. Программа сама их выбирает случайно, подчиняясь правилу, что первые четыре доли — a_1, a_2, a_3, a_4 выбираются случайно и лежат в промежутке от 0 до 1, при этом $\sum_{i=1}^5 a_i = 1$. Если будет выполняться условие, что $\sum_{i=1}^4 a_i < 1$, пятая доля — a_5 будет соответственно определена по формуле:

$$a_5 = 1 - \sum_{i=1}^4 a_i \quad (7)$$

Если же сумма окажется не меньше и не равной единице, то значения a_1, a_2, a_3, a_4 не используются, и программа дальше продолжает подбирать подходящие значения. Значения сгенерированных a_i будут отображены во вкладке $a(i)$.

Также, чтобы получить достаточное для анализа количество точек, следует задать количество рядов со сгенерированными долями, это значение можно ввести в окошке «Количество рядов случайных чисел».

5) Находятся цены портфелей акций. Используемая для этого формула:

$$\Pi_i = a_1 * x_{1j}^0 + a_2 * x_{2j}^0 + a_3 * x_{3j}^0 + a_4 * x_{4j}^0 + a_5 * x_{5j}^0 \quad (8)$$

где a_1, a_2, a_3, a_4, a_5 это ранее сгенерированные доли каждой акции в портфеле,

$x_{1j}^0, x_{2j}^0, x_{3j}^0, x_{4j}^0, x_{5j}^0$ — это цены акций компаний в момент времени j .

Значения цен портфелей можно посмотреть во вкладке «Графики» → « $\Pi(i)$ ».

6) Следующей операцией программы будет нахождение доходности портфеля — ρ_i , по ранее представленной формуле (4). Доходность портфеля в последующем понадобится для вычисления конечного значения асимметричной меры риска по формуле (5). Эти значения можно посмотреть во вкладке « $\rho(i)$ ».

7) Строим нормированную гистограмму доходностей портфелей акций. Для этого находим максимальное и ми-

нимальное значения доходностей портфелей — $\rho_1 < \rho_2 < \rho_n < \rho^* < \rho_{n+1} < \dots < \rho_m$ -значения доходностей в порядке возрастания, ρ_1 — min значение доходности портфеля, ρ_m -max значение доходности портфеля, и полученный отрезок разбиваем на равные части, их количество зависит от того, сколько точек попадает в каждую часть. В данной работе было принято, что в каждой части должно находиться примерно по 15–20 значений, далее количество попавших в интервал точек делим на общее число точек, для того, чтобы вычислить высоту столбцов гистограммы. Используется формула:

$$V_i = \frac{S_i}{S} \quad (9)$$

Где S_i количество точек, попавших в интервал — S — общее число точек.

В программе гистограмма выглядит следующим образом (рис. 2).

Данные по количеству точек можно посмотреть во вкладке «расчеты».

Изменить количество интервалов можно в окошке «Количество интервалов».

8) Строим эмпирическую функцию распределения. Здесь используется предыдущая гистограмма, а точнее высоты столбцов. Для Создания гистограммы эмпирической функции распределения необходимо складывать высоты столбцов нормированной гистограммы доходностей портфелей, таким образом, что:

$$b_1 = v_1, b_2 = v_1 + v_2, \dots, b_i = v_1 + v_2 + \dots + v_i,$$

Где b_i -значение i -го столбца гистограммы эмпирической функции распределения, а v_i — значение i -го столбца нормированной гистограммы доходностей портфеля.

Данные этой гистограммы в дальнейшем нам понадобятся для вычислений мер риска.

Полученная гистограмма приведена на рис. 3.

9) Программа переходит непосредственно к вычислению мер риска. Для реализации формулы (5) были заданы коэффициенты α и β . Рядом с окошком, в котором задаются эти показатели, есть кнопка «Расчет», после её нажатия на программа сама подсчитывает меру риска

для портфеля по представленной ранее формуле, причем если значения эмпирической функции распределения отрицательные, выбирается параметр β , если положительные, то α .

10) Далее меры риска, а также доходности всех портфелей наносятся на график. Доходности портфелей вычисляются по формуле

$$D_i = \frac{\Pi_n}{\Pi_1} \quad (10)$$

где Π_n -цена портфеля в конечный момент времени,

Π_1 — цена портфеля в начальный момент времени.

Конечный график можно увидеть во вкладке «Конечный график».

При построении конечного графика выделяется эффективная граница портфелей оптимальных по Парето.

Эта граница состоит из портфелей, которые не улучшаются, т. е. доходность не увеличивается и риск не уменьшается. Из этих портфелей инвестор, полагаясь на свою функцию полезности, может выбрать оптимальный для себя портфель. В этой работе не будет дано рекомендаций по выбору портфелей для инвесторов, так как работа носит исследовательский характер. Получаем конечный график при $\alpha=1, \beta=0$.

Изменяя α и β (отношение инвестора к рискам) можно проследить за изменением эффективной границы Парето.

По полученным графикам можно будет определить, при каком изменении параметров происходит изменение доходностей и рисков. Можно также оценить количество оптимальных портфелей, попавших в границу Парето. Их можно посмотреть во вкладке «Граница Парето».

Таким образом, в моей работе были введены в рассмотрение асимметричные спектральные меры риска, которые отражают различные отношения инвесторов к доходам и потерям. Асимметричные спектральные меры риска были применены к анализу портфелей ценных бумаг, а также был разработан программный продукт, который по данным позволяет строить эффективное множество портфелей.

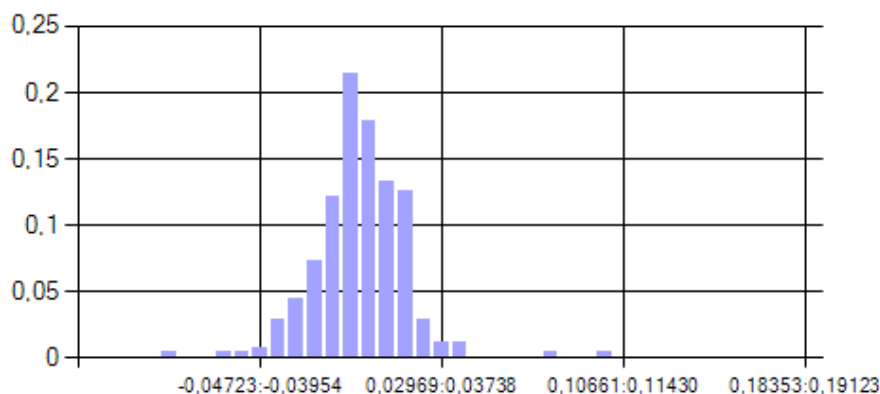


Рис. 2. Гистограмму доходностей портфелей

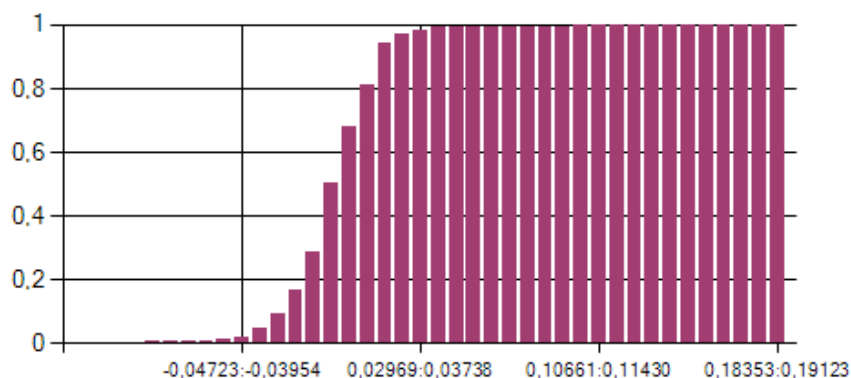


Рис. 3 Эмпирическая функция распределения

Литература:

1. Прикладная эконометрика №2 (10) 2008. Деан Фантаццини. «Эконометрический анализ финансовых данных в задачах управления риском»
2. «Extreme spectral risk measures: An application to futures clearinghouse margin requirements». Journal of Banking & Finance 30 (12): 3469–3485.
3. Acerbi, Carlo (2002), «Spectral measures of risk: A coherent representation of subjective risk aversion», Journal of Banking and Finance (Elsevier) 26 (7).

Туристские перевозки — важный элемент инновационного развития туризма Казахстана

Искакова Катима Абишевна, кандидат географических наук, доцент;
Сейсембаев Куаныш Нурланулы, магистрант
Казахский национальный университет имени аль-Фараби (г. Алматы)

В статье рассмотрены проблемы туристских перевозок Республики Казахстан, роль туристских перевозок в инновационном развитии туризма.

Ключевые слова: индустрия туризма, туристские перевозки, инновационное развитие.

Индустрия туризма в Республике Казахстан на государственном уровне признана одной из приоритетных отраслей экономики. Так, в реализации положений индустриально-инновационного развития экономики страны ведущая роль принадлежит системе кластеров, в частности туристскому кластеру. Современные тенденции в развитии этой отрасли таковы, что туристы, которые хорошо изучившие известнейшие курорты мира, стремятся в те страны, где туристский сектор только начинает развиваться [1, с. 3]. С этой позиции привлекательность Казахстана растет.

Транспортные услуги — один из основных видов услуг в туризме. На них приходится и основная доля в структуре цены тура. В зависимости от продолжительности, дальности путешествия эта доля (в большинстве случаев) колеблется от 20 до 60%

Различные виды транспорта используются туристскими организациями для перевозки туристов во время путешествий

Основная доля в общей структуре транспортных услуг принадлежит авиационному транспорту. Наибольшее количество туристов, особенно путешествующих на дальние расстояния, пользуются услугами авиации. При этом самолет можно, фигурально выражаясь, назвать транспортом индивидуалов. Наиболее массовые потоки туристов, путешествующих с курортной, деловой, развлекательной, познавательной целями, составляют индивидуальные туристы. И именно они чаще всего пользуются авиационным транспортом.

Автомобильный транспорт можно с полным правом назвать транспортом всеобщего применения, так как он используется повсеместно: от трансферов и экскурсий,

внутримаршрутных перевозок автобусами до аренды малолитражных автомобилей туристами для личного пользования на отдыхе. Автобусы и автомобили транспорт местного и внутрирегионального значения. Особой популярностью пользуются автобусные экскурсионно-познавательные туры с посещением нескольких городов и достопримечательных мест. Для туристов удобно, что они могут развезжаться по маршруту и в пределах города на своем транспорте.

Главный конкурент автобусов в групповых перевозках — железная дорога. В пределах нашей страны она имеет некоторый приоритет и перед авиационными перевозками. Преимуществом железнодорожных перевозок являются также более низкие тарифы и (в зарубежных странах) разветвленная система скидок, проездных билетов и т.п., позволяющих путешествовать по значительно более низким ценам. Однако ни автобусные, ни железнодорожные перевозки не конкурируют с авиацией на дальних расстояниях.

Водный транспорт, речной и морской сами по себе уже вызывают образ туристского — круизного обслуживания и используются в туризме достаточно активно. Водные путешествия имеют ряд как преимуществ, так и недостатков по сравнению с другими видами транспорта. Наиболее значимыми преимуществами являются высокий уровень комфорта, большой объем единовременной загрузки, возможности реализации различных видов и целей туризма (познавательный, бизнес-туризм, учебный, шоп-туризм и др.), полноценного отдыха, полный комплекс жизнеобеспечения. Основными недостатками можно назвать невысокую скорость передвижения транспортных

средств, высокие тарифы, ограничение мобильности, а зачастую и подверженность части людей «морской болезни» на морских круизах [2, с. 23–29].

Ведущая роль в транспортном обслуживании потребностей Республики, стабильно принадлежит железнодорожному, воздушному, автомобильному транспорту (рисунок 1). Транзитные воздушные маршруты Казахстана являются выгодными для иностранных авиакомпаний, выполняющих полеты между Европой и Юго-Восточной Азией, так как позволяют значительно сократить протяженность маршрутов. Имеющийся спрос на использование воздушного транспорта Казахстана требует совершенствования технических средств.

Транспортная сеть позволяет связать функционирующие на определенной территории объекты экономики, транспорт, внедренный в транспортную сеть, определяет доступность использования туристских зон. Таким образом, транспорт способствует развитию туризма в регионах, но в то же время на долю транспорта приходится до 70% химического и до 90% шумового загрязнения среды, что несомненно наносит вред экологии.

Улучшение ситуации с остальными видами транспорта свидетельствует о повышении интереса казахстанского гражданина к отрасли туризма. Самый большой процент прироста показателей показан на направлении железнодорожных путей. Это свидетельствует об укреплении Национального перевозчика «Казахстан Темир Жолы» на рынке оказания транспортных туристских перевозок.

На втором месте автомобильный транспорт, что обусловлено увеличением частных извозчиков в лице малых предприятий осуществляющих транспортные туры в ос-



Рис. 1. Динамика пассажирских перевозок РК [3]

новном на территории стран СНГ и отчасти в странах Европы.

В качестве средства доставки туристов в Казахстан главную роль играет авиасообщение. Поэтому чрезвычайно важным вопросом является развитие и усиление позиций на рынке национального авиaperевозчика. Необходимо нейтрализация эффекта падения конкурентоспособности национальных авиалиний путем открытия рейсов по аналогичным маршрутам.

Большинство туристов предпочитает в плане сервиса и надежности услуги иностранных перевозчиков, что влечет за собой снижение пассажиропотока на авиарейсах, совершаемых отечественными перевозчиками. К тому же, высокая стоимость авиабилетов увеличивает стоимость турпродукта Казахстана и, соответственно, снижает его конкурентоспособность на международном рынке. На развитие туризма огромное влияние оказывает транспортная инфраструктура. Транспорт является связующим звеном между отдельными элементами туристской отрасли и способствует ее более быстрому развитию. Транспортная инфраструктура служит не только обеспечению сообщения между туристскими центрами. Также она может использоваться и в повседневной жизни рядовыми гражданами без туристских целей [4, с. 215–220].

Одним из основных факторов, влияющих на развитие международного туризма, являются пассажирские авиaperевозки. В нашу страну туристы прибывают в основном воздушным транспортом (согласно статистическим данным в 2013 году услугами воздушного транспорта воспользовались 262119 (57,1 %) туристов).

В настоящее время в республику выполняют регулярные полеты шесть авиакомпаний дальнего зарубежья («KLM», «Lufthansa», «British Airlines», «Asiana Air Arabia», «China South Airlines», «Turkish Airlines»). Национальным авиaperевозчиком «Эйр Астана» выполняются регулярные рейсы в Турцию, Германию, Китай, Южную Корею, Таиланд, Великобританию, Индию, ОАЭ, Нидерланды. Из-за большой географической протяженности Казахстана воздушный транспорт играет большую роль и зачастую не имеет альтернативы. В Казахстане имеется 22 крупных аэропортов, из которых 15 обслуживают международные перевозки. Большинство аэропортов недозагружены, пропускная способность аэронавигационной системы республики в настоящее время имеет более чем пятикратный запас. Большое значение для отрасли имеет транзит пассажирских авиaperевозок между Европой и Азией.

Последние крупные инвестиционные проекты:

- строительство нового аэропортового комплекса в городе Астана;
- строительство новой взлётно-посадочной полосы в аэропорту городе Атырау;
- строительство современного пассажирского терминала в Алматинском аэропорту;
- реконструкция взлётно-посадочной полосы в аэропорту Актюбинск;

— реконструкция взлётно-посадочной полосы в аэропорту Актау;

— строительство современного пассажирского терминала в Международном аэропорту Актау.

Аэропортовые сборы и цены на авиабилеты в Казахстане пока довольно высоки (по сравнению с Россией, а тем более с Западной Европой), что сдерживает развитие авиатранспорта в стране. За 2013 год перевезено 7,5 млн. пассажиров млн.

Большинство туристов предпочитает в плане сервиса и надежности услуги иностранных перевозчиков, что влечет за собой снижение пассажиропотока на авиарейсах, совершаемых отечественными перевозчиками. К тому же, высокая стоимость авиабилетов увеличивает стоимость туристского продукта Казахстана и, соответственно, снижает его конкурентоспособность на международном рынке.

Учитывая, что большинство поездок совершается с использованием авиатранспорта, необходимо обновить авиапарк, расширить географию пассажирских авиaperевозок, определить взвешенную ценовую и тарифную политику в целях увеличения туристского потока, повысить качество обслуживания.

Значительно расширилась деятельность авиакомпании «Эйр Астана» в области внутренних авиалиний и региональных авиакомпаний. В целях развития малой авиации запущен пилотный проект в Восточно-Казахстанской области. В нем предусмотрены авиа-перелеты [5].

Значение железнодорожного транспорта в Казахстане очень велико. Протяженность железных дорог в Казахстане превышает 15 тыс. км. 16 стыковых пунктов (11 с Россией, 2 с Узбекистаном, 1 с Киргизией, 2 с Китаем) соединяют железнодорожную систему Казахстана с соседними государствами. Железнодорожные системы России и Казахстана чрезвычайно взаимозависимы.

В рамках стратегии развития транспорта в Казахстане до 2017 года будет построено почти 1400 км новых и электрифицировано 2700 км существующих железнодорожных участков.

По территории Казахстана проходят 132 маршрута пассажирских поездов собственного формирования. В том числе в пригородном сообщении курсируют поезда по 69 маршрутам; в местном сообщении — 49, в межгосударственном сообщении — 11, международном — 3. Также через территорию Республики Казахстан пролегают маршруты 17 пассажирских поездов формирования стран СНГ.

В целях повышения уровня сервисного обслуживания пассажиров на железнодорожном транспорте предусмотрен ряд мероприятий: рассматривается проект технологического процесса создания в пассажирских поездах ланч-боксов для пассажиров как на территории Республики Казахстан, так и на территории Российской Федерации, разработан проект программы выпуска красочного специализированного информационного буклета для пассажиров вагонов категории «купе СВ», «купе РИЦ».

Вместе с тем уровень обслуживания в поездах акционерного общества «Пассажирыские перевозки» не соответствует международным стандартам. Высокий износ и большие сроки использования значительной доли вагонного парка, необходимость его замены или реконструкции обусловлены тем, что пассажирские перевозки являются убыточными, их субсидирование осуществляется за счет средств государственного бюджета.

В настоящее время действует специализированный туристский поезд «Жемчужина Шелкового Пути», который проходит по территории Казахстана, Узбекистана и Туркменистана, а в будущем предполагается довести его на западе до Тегерана (Иран), а на востоке до Пекина (КНР).

В последние годы в туристских целях активно используется автотранспорт, так как в соответствии с постановлением Правительства Республики Казахстан от 5 декабря 2000 года N 1809 в перечень автомобильных дорог общего пользования республиканского значения включены дороги, ведущие к крупным туристским объектам и представляющие наибольший интерес в плане дальнейшего развития туризма:

1. Ташкент — Шымкент — Тараз — Алматы — Хоргос.
2. Шымкент — Кызылорда — Актобе — Уральск — Самара.
3. Алматы — Караганда — Астана — Петропавловск.
4. Астрахань — Атырау — Актау — граница Туркменистана.
5. Омск — Павлодар — Семипалатинск — Майкапчагай.
6. Астана — Костанай — Челябинск — Екатеринбург.

По данным на декабрь 2013 года Казахстан располагает сетью автомобильных дорог протяженностью более 96 тысяч км, многие из которых нуждаются в реконструкции и ремонте.

Через Казахстан проходят 5 международных автомобильных маршрутов, общей протяженностью 23 тыс. км. Автомобильные магистрали:

Алма-Ата — Астана — Костанай (трасса М–36) с выходом на Челябинск

Алма-Ата — Петропавловск с выходом на Омск

Алма-Ата — Семей — Павлодар (трасса М–38) с выходом на Омск

Алма-Ата — Шымкент (трасса М–39) с выходом на Ташкент

Шымкент — Актобе — Уральск (трасса М–32) с выходом на Самару

В 2009 году на территории страны началось строительство скоростной автомагистрали «Западная Европа — Западный Китай», которое завершится к 2015 году. Общая протяженность дороги составит 8445 км, из них 2787 км по территории Казахстана (по Актюбинской, Кызылординской, Южно-Казахстанской, Жамбылской

и Алматинской областям). Толщина асфальтобетонного покрытия составит 80 см, срок службы автомагистрали — 25 лет без капремонта, максимальная скорость движения — 120 км в час. Проектом предусмотрены автодорожные мосты через ряд рек, развязки в двух уровнях, дорожно-эксплуатационные комплексы, остановочные площадки, скотопрогоны, электронные табло. Одновременно со строительством будут ремонтировать и строить дороги в районах областей, расположенных вдоль трассы [6].

Автомобильный транспорт используется для организации шоп-туризма в приграничные государства и в экскурсионных маршрутах. Однако его развитие целиком зависит от состояния дорог и наличия надлежащего технического обслуживания туристских транспортных средств. Автобусный парк республики находится в запущенном состоянии, к тому же практически не имеет современных комфортабельных автобусов, что не позволяет поддерживать высокий уровень обслуживания туристов.

По данным статистики, в 2013 году услугами междугородних автобусов воспользовались 66235 (20,1 процента) туристов, прочими сухопутными средствами — 106670 (12,36 процента) туристов. В придорожной полосе отвода автомобильных дорог общего пользования республиканского значения действуют следующие объекты: АЗС — 925, СТО — 108, гостиницы — 62, пункты питания и торговли — 1124, автостоянки — 61 [7].

Порт Актау на Каспийском море связывает Казахстан с портами России, Туркменистана, Азербайджана и Ирана. В Республике Казахстан имеются сообщения по внутренним водным путям с Российской Федерацией и Китайской Народной Республикой. Республиканским государственным казенным Восточно-Казахстанским предприятием водных путей установлен льготный тариф в размере 25 процентов от стоимости шлюзования через Усть-Каменогорский и Бухтарминский шлюзы для судов, имеющих лицензию на перевозку пассажиров и задействованных в туристской деятельности. При этом шлюзование маломерного флота через Усть-Каменогорский и Бухтарминский шлюзы проводится по установленному графику по льготному тарифу: 10% от стоимости шлюзования при длине судна до 10 м и 20% — при длине свыше 10 м. Согласно статданным в 2008 году данное предприятие обслужило 513 туристов. Другие водные артерии страны не используются в туристских целях. Вместе с тем в результате проведенных исследований выявлен большой интерес туристов из Европы к территории бассейна Каспийского моря как в плане пляжного туризма, так и организации круиза [8].

Проведенный SWOT-анализ транспортной инфраструктуры Казахстана показывает, что в Казахстане существует развитый транспортный узел, но тормозят развитие такие, как отсутствие информационной базы, содержащей субъекты туристической деятельности и системы отсутствие системы мониторинга и контроля бизнес-проектов развития транспортной инфраструктуры [рисунок 2].

Сильные стороны	Слабые стороны
<ul style="list-style-type: none"> — крупный транспортный узел, соединяющий Европу и Азию; — постепенный процесс модернизации существующей инфраструктуры. — наличие свободных территорий для развития транспортно-логистических комплексов. — постепенный процесс модернизации существующей инфраструктуры автодорог; — строительство автобана «Западная Европа — Западный Китай», который дает возможность развитию туристского маршрута «Великий Шелковый путь» — наличие водных ресурсов, пригодных для осуществления экскурсий; — наличие малых судов, которые могут быть использованы для осуществления круизов 	<ul style="list-style-type: none"> — отсутствие информационной базы, содержащей субъекты туристской деятельности; — отсутствие системы мониторинга и контроля бизнес-проектов развития транспортной инфраструктуры — отсутствие современных автотранспортных средств для обслуживания туристских потоков; — отсутствие придорожного сервиса; — дефицит финансовых ресурсов для ремонта изношенных дорог — изношенность судов; — высокие затраты на реконструкцию и техническое перевооружение судов; — отсутствие собственных инвестиционных ресурсов
Возможности	Угрозы
<ul style="list-style-type: none"> — возможность развития туристской-транспортной инфраструктуры за счет привлечения инвестиций — возможность при модернизации производственной базы — развитие международных аэропортов <p>Наличие региональных, городских программ, предусматривающих ремонт и строительство транспортной инфраструктуры.</p> <p>Усиление экологического контроля за деятельностью предприятий.</p> <p>Реализация проектов по реконструкции дорожной сети.</p>	<ul style="list-style-type: none"> — жесткая конкуренция со стороны других государств; — высокая стоимость туристских путевок в связи с высокими транспортными издержками; — отсутствие программы поддержки фирм, занимающихся въездным туризмом; — недостаток средств местного бюджета для обновления парка пассажирского транспорта общего пользования. — рост загрязнения окружающей среды. — усиление роли автотранспорта, загрязнение воздуха.

Рис. 2. SWOT-анализ транспортной инфраструктуры Казахстана

Таким образом, развитие туризма напрямую связано с развитием транспортной инфраструктуры. В нашу страну туристы прибывают в основном воздушным транспортом. В целях внутреннего туризма используется чаще автодорожный транспорт. Ежегодно пополняется перечень дорог республиканского значения,

среди которых дороги, ведущие к крупным туристским объектам. Основными факторами увеличения объемов въездного и внутреннего туризма являются развитие разветвленной и инновационной транспортной сети и расширение географии всех видов пассажирских перевозок.

Литература:

1. Послание Президента Республики Казахстан народу Казахстана
2. Гуляев, В. Г. Туристские перевозки (документы, правила, формуляры, технология). — М.: Финансы и статистика, 1998.
3. Официальный Интернет-ресурс Агентства Республики Казахстан по статистике // www.stat.gov.kz
4. Никитинский, Е. С., Вуколов В. Н. Формирование индустрии туризма в Казахстане за годы государственной независимости// Агентство Республики Казахстан по туризму и спорту, Казахская академия спорта и туризма. Материалы международной научно-практической конференции. — Астана, 2006. — с. 215–220.
5. Официальный сайт Министерство Транспорта и Коммуникаций Республики Казахстан.
6. Официальные данные комитета транспорта и путей сообщений.
7. Официальный сайт Министерство Транспорта и Коммуникаций Республики Казахстан.
8. Официальные данные департамента водного транспорта.

Процесс реструктуризации промышленности (на примере предприятия «Логистик групп»)

Каппушева Фатима Махмудовна, аспирант;

Романова Александра Викторовна, студент;

Мастихина Анастасия Леонидовна, кандидат технических наук;

Попов Кирилл Александрович, ассистент

Московский государственный университет пищевых производств

На современном этапе, в стенах Московского государственного университета пищевых производств, научными работниками публикуется значительное количество работ по направлению обслуживанию производства и фасилити-менеджмента на предприятиях пищевой промышленности [1–7]. По мнению авторов, не менее значимым является и вопрос изучения проблем конъюнктуры рынка складской логистики, в т. ч. и на примере исследования конкретных предприятий.

Общий анализ логистического рынка России показывает, что он развивается в соответствии с глобальными тенденциями и запросами потребителей к оказываемым складскими операторами услугам. Складские помещения в настоящий момент расположены по всей территории России, начиная с Севера и до Дальневосточных регионов. Основная масса складских помещений при этом расположена в Центральном регионе и спрос на склады в данном регионе только растет. Во II квартале 2013 года было арендовано и куплено свыше 350 тыс. кв. м качественных помещений, что на 16% выше показателя аналогичного периода предыдущего года. Дефицит складских площадей в Центральном федеральном округе и других регионах, отсутствие современной транспортной инфраструктуры, административные и законодательные препоны — это лишь «одна сторона медали». Обратной стороной является недостаточный уровень развития современных складских технологий и логистических операторов в России.

Ежегодно в Москве проходят церемонии награждения логистических операторов, так, к примеру, 27 июня 2013 г. на теплоходе River Palace торжественно состоялась XI Церемония награждения ежегодного национального Рейтинга «Логистический оператор России», где были подведены итоги 2012 г. В рамках данной церемонии, были выявлены лидеры рынка (TOP–10) логистических услуг: ЗАО фирма ЦВ «Протек»; ГК «Совфрахт-Совмортранс»; ГК АЛИДИ; AsstrA Associated Traffic AG; ITELLA; ГК «СМАЙЛ»; «ФМ Ложистик»; DPD; STS Logistics; ООО «СПСР-ЭКСПРЕСС». В этот раз компания Smart Logistic Group не стала победителем, но таковым она являлась в 2007 и 2008 гг.

ЗАО «Smart Logistic Group» (SLG) — крупнейшая в России логистическая компания, которая предоставляет логистические, таможенные и транспортные услуги: логистика, таможенное оформление (растаможка), таможенная очистка, ответственное хранение грузов, складское хранение (складская логистика), электронное декла-

рирование, а также широкий спектр других бизнес услуг. ЗАО «Smart Logistic Group» реализует собственный масштабный сетевой проект на территории Российской Федерации, под одноименным брендом, по предоставлению полного пакета логистических услуг от единого 3PL оператора. ЗАО «Smart Logistic Group» создает комплексную логистическую систему, которая свяжет производителей и потребителей России, Европы, стран Юго-Восточной Азии и Северной Америки. В рамках проекта в течение ближайших пяти лет планируется освоить порядка 500 тыс. кв. метров складских площадей класса «А», емкостью до 1.0 млн. паллетомест. ЗАО «Smart Logistic Group» (SLG) состоит из нескольких самостоятельных подразделений, таких как: «SLG-operating» — Складская логистика; «SLG-transport» — Транспортная логистика; «SLG-customs» — Таможенная логистика. На первом этапе развития SLG арендовала на 15 лет у Евразии Логистик 85.000 м² складских и офисных площадей класса «А». Часть складского помещения сдается в субаренду. Следует отметить, что за период 2010/13 гг. количество паллетомест увеличилась почти втрое, что видно на диаграмме ниже. На данный момент количество составляет 76205 и продолжает расти, к 2015 году планируется увеличить число паллетомест до 85000. В период 2012–2013 гг., программа регионального развития Smart Logistic Group охватила кроме Москвы и Санкт-Петербурга еще 4 крупных российских промышленных центра: Екатеринбург, Новосибирск, Волгоград, Казань. На сегодняшний день клиентскую базу SLG составляют 18 компаний, ключевыми из которых являются: Castorama, Балтика, Хайер РУС, ТехПроект, Франке Руссия, Кимберли-Кларк и т. д. Количество паллетомест, которое в среднем поступает от одного клиента варьирует от 16 до 46000, что хорошо видно в таблице ниже. Smart Logistic Group осуществляет хранение практически всех видов товара, как продовольственных, так и непродовольственных. Ниже представлена диаграмма хранящихся на SLG товаров за период с 2011 по 2013 года (рис.). В основном осуществляется хранение бытовой техники и строительных материалов, в меньших объемах хранятся пищевые продукты и медицинские товары. Не допускается хранение товара без соблюдения температурных режимов, также не допускается хранение разных групп товара в одном месте, т. е. продукты питания хранятся в одном блоке, а строительные материалы в др.

«SLG-operating» — одно из подразделений компании SLG, обеспечивающая широкий спектр логистических

операций на складских комплексах класса «А» в Московском регионе и крупных мегаполисах Российской Федерации. SLG-operating имеет достаточно широкий и многопрофильный штат сотрудников, который растет с каждым годом. Если рассматривать период за три года, то штат увеличился с 70 человек до 438. «SLG-operating» обеспечивает: ответственное хранение товаров широкого спектра на современных складских площадях класса «А»; операции по выгрузке/загрузке любых видов автотранспорта, ж/д контейнеров и вагонов, операции с негабаритными грузами; операции по автоматизированному ведению складского учета, полные и выборочные инвентаризации; складскую отчетность в любых формах и форматах данных; полную материальную ответственность оператора за сохранность товаров, переданных на ответственное хранение; страхование груза на складе; предоставление режима фармацевтического или акцизного склада в аренду, получение полного пакета разрешительных документов; необходимые офисные помещения, оборудованные всеми видами современных коммуникаций; дополнительный сервис при комплектации готовых заказов: изготовление комплектов и подарочных наборов; переупаковка, маркировка, стикеровка; термоупаковка, специальные виды упаковок (метроюниты и т. д.).

«SLG-transport» — одно из подразделений компании SLG, обеспечивающая все доступные виды перевозок собственным и привлеченным автомобильным, авиационным и железнодорожным транспортом. Обеспечивает страхование грузов в пути в ведущих страховых компаниях России и мира. Выполняет все необходимые процедуры по охране особо ценных грузов. «SLG-transport» может обеспечить: внутри городские перевозки малогабаритным и универсальным транспортом; обеспечить междугородние перевозки грузов и экспедирование автомобильным транспортом. При этом доставка грузов осуществляется по схеме:

«Door to Door»; перевозку сборных партий грузов, перевозку грузов автотранспортом по сборному маршруту; консолидацию грузов на собственных складах с последующей упаковкой, маркировкой и отправкой получателю.

«SLG-customs» — одно из подразделений компании SLG, предоставляющий услуги СВХ (склад временного хранения), таможенного склада, таможенного терминала СВХ. В основной перечень услуг входят: таможенная очистка; декларирование; заявление таможенного режима; оформление всей клиентской документации; доставка товара в пункт назначения, обозначенный клиентом в заявке; проверка достоверности документов; исчисление и уплата в срок таможенных платежей; определение таможенной стоимости в соответствии с ТН ВЭД.

Товары, хранящиеся на SLG, в основном импортируются из стран Прибалтики, таких как Словения, Польша, Словакия, а также из Европы и Азии (из Германии, Франции, Италии, Китая, Турции). Также осуществляется поставка из всех регионов России, вплоть до Дальневосточного. Количество импортируемого товара составляет в среднем до 60%.

Что же касается отгрузок, то количество экспортируемых отгрузок не так велико (в отличие от импортируемых поставок), в основном товар экспортируется в Белоруссию, а также в Польшу и Турцию. После создания Таможенного Союза числа поставок в Белоруссию увеличилось практически вдвое. Основная масса отгрузок осуществляется в пределах российского региона. Smart Logistic Group предоставляет свои услуги в качестве 3PL-оператора, но фактически еще немного не дотягивается до этого уровня. SLG необходимо открывать свои филиалы в крупных городах-миллионерах, необходимо строить склады класса «А» и не один, необходимо оснащать их современными техническими устройствами, совершенствовать WMS систему и автоматизировать все процессы склада.

Литература:

1. Складенко, С. А., Панченко Т. М. Анализ показателей энергопотребления на предприятиях пищевой промышленности // Пищевая промышленность. 2010. № 4. с. 32–34.
2. Складенко, С. А., Панченко Т. М., Суворов О. А., Лабутина Н. В. Производственная инфраструктура предприятий хлебопекарной промышленности — вчера, сегодня, завтра // Хлебопечение России. 2012. № 2. с. 10–11.
3. Складенко, С. А., Панченко Т. М., Селиванов И. А., Головенко М. В. Перспективы развития промышленного туризма в России // Российское предпринимательство. 2011. № 10–1. с. 146–150.
4. Складенко, С. А., Панченко Т. М. «К 25-летию издания уникальной книги» // Сборник научных трудов SWorld. 2010. Т. 12. № 1. с. 35–39.
5. Складенко, С. А. Научно-методические подходы к формированию стратегии развития производственной инфраструктуры предприятий пищевой промышленности // автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Моск. гос. ун-т пищевых пр-в (МГУПП). Москва, 2011.
6. Складенко, С. А., Панченко Т. М., Филиппова М. Г., Каппушева Ф. М. Григорий Федорович Орендлихер — как родоначальник теории экономики труда вспомогательных рабочих и теории организации вспомогательного производства предприятия // Сборник научных трудов SWorld. 2013. Т. 33. № 2. с. 29–38.
7. Складенко, С. А., Мاستихин А. А., Филиппова М. Г., Каппушева Ф. М., Суворов О. А., Муххамад Х. З. Производственная инфраструктура — как ядро кластера // Сборник научных трудов SWorld. 2013. Т. 33. № 3. с. 57–60.

Оптимизация налогообложения как способ увеличения экономических результатов

Киселева Ольга Владимировна, студент
Волгоградский государственный технический университет

Значимость налогового планирования изначально определена современным налоговым законодательством, предусматривающее разнообразные налоговые режимы, в зависимости от налогоплательщика, направлений его деятельности, места регистрации и организационной структуры управления.

Сущность налогового планирования заключается в разработке и внедрении разнообразных, а главное законных схем уменьшения налоговых отчислений, за счет внедрения методов стратегического планирования в деятельность предприятия. В условиях современной жесткой фискальной политики государства, а также на фоне продолжающегося экономического кризиса и, как следствие, сокращения материального производства налоговое планирование дает возможность предприятию выжить.

Налоговое планирование дает возможность выбора между различными вариантами осуществления деятельности и размещения активов и как правило направленный на достижение по возможности низкого уровня налогового бремени. Конечно, что в идеале такое планирование должно быть перспективным, так как многие решения, принимаемые в процессе хозяйственной деятельности

любого предприятия, весьма затратные, и их реализация может повлечь за собой значительные финансовые потери. Поэтому налоговое планирование должно основываться не на изучении текстов действующих законов и инструкций, а на принципиальной позиции, которую занимают налоговые органы по различным вопросам, а также на анализе направлений по совершенствованию налоговой политики, проводимой правительством. Информацию по этим вопросам можно получить из материалов, публикуемых в прессе, электронных правовых информационных систем и т. д.

Эффективность налогового планирования надо сравнивать с затратами на его проведение. Необходимость и объем налогового планирования напрямую связаны с тяжестью налогового бремени.

Налоговое бремя рассчитывается по формуле:

$$НБ = \frac{НН}{ОРП} * 100\%$$

НБ — налоговое бремя,

НН — налоги, начисленные за отчетный период,

ОРП — объем реализованной продукции.

Пример. Рассчитаем налоговое бремя для ООО «Волга»:

Таблица 1. Данные для выявления уровня необходимости налогового планирования

Налоговое бремя	Уровень налогового планирования	Необходимость налогового планирования
10–15%	четкое ведение бухгалтерского учета, внутреннего документооборота, использование прямых льгот, уровень профессионального бухгалтера разовыми консультациями внешнего налогового консультанта	минимальна, разовые мероприятия
20–40%	налоговое планирование становится частью системы финансового управления и контроля, специальная подготовка (планирование) контрактных схем типовых, крупных и долгосрочных контрактов требуется наличие специально подготовленного персонала, контроль и руководство со стороны финансового директора абонентское обслуживание в специализированной компании	необходимо, регулярные мероприятия
45–60%	важнейший элемент создания и стратегического планирования деятельности организации и ее текущей ежедневной деятельности по всем внешним и внутренним направлениям требуется наличие специально подготовленного персонала и организация тесного взаимодействия со всеми службами с организацией и контролем со стороны члена Совета Директоров постоянная работа с внешним налоговым консультантом и наличие налогового адвоката специальная программа развития, обязательных налоговый анализ и экспертиза любых организационных, юридических или финансовых мероприятий и инноваций налоговыми консультантами	необходимо, ежедневные мероприятия
более 60%	смена сферы деятельности и/или налоговой юрисдикции	

- 1) $НБ\ 2010\ г = 474/2604 * 100\% = 18,2\%$;
- 2) $НБ\ 2011\ г = 647/3502 * 100\% = 18,5\%$;
- 3) $НБ\ 2012\ г = 820/4400 * 100 = 18,6\%$;

Исходя из таблицы 1 видно, что в ООО «Волга» необходимость налогового планирования минимальна, но необходимы разовые мероприятия по налоговому планированию, т.к. налоговое бремя за все три года превышает 15%.

Мероприятия при текущем внутреннем налоговом контроле:

- постоянный анализ нормативно-правовой базы;
- составление прогнозов налоговых обязательств для организации;
- постоянный контроль за своевременностью и точностью исполнения налоговых обязательств;
- анализ причин значительных отклонений показателей деятельности организации от среднестатистических.

Для этого используются следующие инструменты:

- правовые базы данных;
- получение разъяснений налоговой инспекции;
- обзор специальной литературы;
- разъяснения аудитора (юриста).

Мероприятия при текущем налоговом планировании:

- анализ нормативно-правовой информации и комментариев специалистов;
- прогнозирование налоговых обязательств и последствий планируемых сделок;
- составление графика соответствия исполнения налоговых обязательств и изменения финансовых ресурсов организации;
- прогнозирование и исследование вероятных причин существенных отклонений показателей деятельности предприятия от среднестатистических.

При текущем налоговом планировании используются такие инструменты как:

- правовые системы, базы данных по налоговой тематике;
- запросы в налоговые инспекции; ГНС РФ, Министерство финансов и иные государственные органы;
- спецлитература;
- материалы судебной практики;
- консультации специализированных консалтинговых компаний.

Этапы налогового планирования и их характеристика

Внешнее планирование.

1. Выбор места регистрации (территории и юрисдикции)

При определении налоговой юрисдикции и режима налогообложения не следует ориентироваться только на размер налоговых ставок. В ряде случаев при небольших 10–15% налоговых ставках законодательство устанавливает расширенную налоговую базу, что приводит к высокому налоговому бремени.

2. Выбор организационно-правовой формы.

Влияет на порядок использования прибыли и возможность получения различных льгот.

3. Определение состава учредителей и долей акционерного капитала.

Согласно налоговому и гражданскому кодексу при наличии доли одного из участников в размере более 25% возможно привлечение его к солидарной ответственности по налоговым обязательствам.

4. Выбор основных направлений деятельности и особенности подготовки учредительных документов.

Первоначальные направления деятельности определяются кодами ОКПО и ОКОНХ по направлениям деятельности, прямо указанными в учредительных документах.

5. Определение стратегии развития предприятия (количество работников, внутренней структуры организации, филиалов).

Используется для максимального использования налоговых льгот (например, малых предприятий, предприятий с участием инвалидов и пр.) и преференций.

6. Выбор порядка формирования уставного капитала.

Внесение имущества в уставной капитал формирует первые налоговые обязательства в виде налога на имущество

Внутреннее планирование

1. Выбор учетной политики организации (один раз в финансовый год).

Организации, руководствуясь Федеральным законом от 06.12.2011 № 402-ФЗ (ред. от 02.11.2013) «О бухгалтерском учете», самостоятельно формируют свою учетную политику, исходя из своей структуры, отрасли и других особенностей деятельности.

2. Контрактные схемы.

Дают возможность выбрать оптимальный налоговый режим для осуществления конкретной сделки с учетом графика поступления и расхода финансовых средств.

3. Льготы.

Льготы по налогам занимают важное место в налоговом планировании. Это один из способов со стороны государства стимулировать те направления деятельности и сферы экономики, которые нужны государству из-за их социальной значимости или невозможности финансирования со стороны государства.

Большинство российских предприятий в основном использует льготы в чистом виде, но более разумным подходом в рамках осуществления налогового планирования будет использование льгот в сочетании с организационными приемами.

В Налоговом кодексе РФ предусмотрены различные виды льгот: необлагаемый минимум объекта; изъятия из налогообложения элементов объекта; освобождение от уплаты налогов отдельных лиц или категорий плательщиков; снижение налоговых ставок; целевые налоговые льготы, включая налоговые кредиты (так называемые «налоговые каникулы»), другие налоговые льготы.

Порядок использования и распределения прибыли организации.

Таблица 2. Исходные данные для проведения анализа по снижению налога на добавленную стоимость ООО «Волга»

Показатель	2004 год
Выручка (нетто) от продажи товаров, услуг	4400
Себестоимость проданных товаров, услуг	2550
Валовая прибыль	1850
Чистая прибыль (убыток)	103

В основном определяется наличием льгот, предоставляемых налоговой юрисдикции по месту нахождения головного офиса организации.

Одним из путей улучшения экономических результатов может стать снижение ставки НДС на 2%. Возможное снижение НДС с 18% до 16%, т.е. на 2% является одним из способов увеличения чистой прибыли предприятия.

На сегодняшний день НДС составляет 18%, предположим что он снизится на 2% и рассмотрим как это изменение повлияет на финансовые результаты ООО «Волга».

Исходные данные для проведения анализа по снижению налога на добавленную стоимость приведены в таблице 2.

Выручка от продажи товаров, услуг — сумма из которой уже вычли НДС.

Рассчитаем полную выручку, включающую НДС.

$$B1 = \text{Полн } B - 18\% \text{ НДС,}$$

где B1 — выручка от продажи товаров, услуг ООО «Волга» в 2012 г.

$$\text{НДС} = \frac{4400 \text{ тыс. руб.} \cdot x}{82\% \cdot 18\%} = \frac{4400 \text{ тыс. руб.} \cdot 18\%}{82\%} =$$

= 966 тыс. руб.

$$\text{Полн } B = 966 \text{ тыс. руб.} + 4400 \text{ тыс. руб.} = 5366 \text{ тыс. руб.}$$

Таким образом, полная выручка от продажи товаров, услуг ООО «Волга» включающая НДС составляет 5366 тыс. руб.

Если НДС снизится на 2% и составит 16%, то выручка составит:

$$B2 = \text{Полн } B - 16\% \text{ НДС} = 4507 \text{ тыс. руб.}$$

Полная выручка = 5366 тыс. руб., то 16% от полной выручки составит 859 тыс. руб., следовательно НДС = 859 тыс. руб.

$$B2 = 5366 \text{ тыс. руб.} - 859 \text{ тыс. руб.} = 4507 \text{ тыс. руб.}$$

$B2 > B1$ (4507 > 4400), следовательно, снизив НДС на 2%, ООО «Волга» сможет увеличить выручку от продаж на 107 тыс. руб.

Таким образом, снижение ставки НДС на 2% даст положительный результат в улучшении экономических результатов деятельности предприятий.

Литература:

1. Федеральный закон от 06.12.2011 № 402-ФЗ (ред. от 02.11.2013) «О бухгалтерском учете»
2. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31.07.1998 № 146-ФЗ (ред. от 02.11.2013) (с изм. и доп., вступившими в силу с 03.12.2013); (часть вторая) от 05.08.2000 № 117-ФЗ (ред. от 02.11.2013)
3. Донцова, О. Н. Роль налогового планирования на уровне хозяйствующего субъекта в современных условиях // Аудит и финансовый анализ. 2013. — №4
4. Дроздов, Н. Г. Теоретические основы налогообложения прибыли организаций // Экономические науки. 2013. — №2
5. Завьялова, Ю. И. Оптимизация налогового бремени // Современные наукоемкие технологии. — 2013. — №5 — с. 43–46
6. Клименко, В. К. Основные мероприятия по совершенствованию налогового планирования // Налоговая политика и практика. 2013. — №9
7. Кожемякина, О. Л. Некоторые аспекты совершенствования налога на добавленную стоимость — М.: ООО «А-ДМпринт». 2013.

Влияние эффективного управления учреждениями дополнительного образования на развитие креативности детей младшего возраста

Котова Диана Дмитриевна, магистрант
Московский государственный университет культуры и искусств

В статье рассматривается опыт применения организационных технологий в учреждениях дополнительного образования для детей. Сделана попытка выявить механизмы взаимодействия эффективного управления и функционирования учреждений по развитию креативности детей младшего возраста. Анализируются принципы современной управленческой культуры в рамках образовательного и социально-культурного процесса. Обосновывается необходимость внедрения инновационных педагогических технологий и менеджмента в деятельность учреждений дополнительного образования.

Ключевые слова: развитие креативности, дошкольное воспитание, социальная среда, учреждения дополнительного образования, организационно-педагогические технологии, менеджмент.

The article examines the experience of applying organisational technologies at centres of extra curriculum education. An effort is put into identifying techniques of effective management and functionality of creativity development centres for children of younger age. Principles of modern management culture are being analysed within the framework of educational and social-cultural processes. The necessity of introducing innovative educational technologies and management into extra curriculum centres are being rationalised.

Keywords: development of creative skills, pre-school education, social environment, extra curriculum education centre, educational technologies, management

Дошкольное образование — равноценная и необходимая ступень в общей системе непрерывного образования, являющаяся начальным этапом овладения культурно-историческими ценностями [2, с. 32]. Современные учреждения системы дополнительного образования предусматривают обширную образовательную и досуговую программу для детей дошкольного и младшего школьного возраста.

В системе дополнительного образования функционируют заведения художественно-эстетического, эколого-биологического, физико-математического, спортивного и других профилей. Это могут быть Дворцы и Дома культуры, музыкальные, художественные и спортивные школы, центры эстетического воспитания, центры раннего развития детей.

Из-за резкого сокращения сети дошкольных образовательных учреждений, а также в связи с заметным усилением соответствующих запросов со стороны родителей активно развиваются группы кратковременного пребывания детей в учреждениях дополнительного образования. Такие группы могут носить разный характер: подготовка детей к школе, физическое развитие, художественное развитие, игротеки. В документах Министерства образования и науки РФ подчеркивается необходимость создать развивающие группы не только в дошкольных образовательных учреждениях, но и на базе центров дополнительного образования детей и учреждений культуры.

Изменился облик, интересы и потребности завтрашних первоклассников. Они обогнали своих сверстников прошлых лет объемом получаемой информации, владе-

нием электронными средствами связи, живут в условиях повышенных требований к образованию.

Одним из приоритетов государственной политики РФ в области общего образования на протяжении последнего десятилетия выступает введение дошкольного образования, преследующее цель обеспечить «мягкую» адаптацию детей к обучению в школе и равенство их «стартовых возможностей» [7, с. 59]. Согласно рекомендациям Минобрнауки РФ, перечень возможных организационных форм дошкольного образования включает в себя: 1) группы для детей старшего дошкольного возраста на базе общеобразовательных учреждений; 2) дошкольные группы на базе разных культурно-образовательных центров дополнительного образования детей.

Взаимодействие семьи и учреждений системы дополнительного образования — важное условие развития креативности детей. Материальное благополучие семьи сказывается на творческом потенциале детей и полноценном всестороннем развитии. В некоторых городах, селах семьи не имеют возможность использовать высокие технологии и коммуникационные сети, доступность для детей культурной среды, досуговых и образовательных услуг сведены к минимуму. Загруженные работой родители не оказывают должного внимания своим детям и не могут организовать для них занятия в детских учреждениях. В результате чего дети могут быть подвержены негативному влиянию «улицы» или той среды, которая не контролируется властями и общественными организациями. Среда, созданная экранами, не компенсирует родительского невнимания и не решает проблемы воспитательного и образовательного характера. В учреждениях

системы дополнительного образования создаются зоны совместного пребывания детей и взрослых. Главное оценить необходимость взаимодействия семьи и образовательных учреждений, родителей и профессиональных педагогов, чтобы система начала работать.

Развитие ребенка зависит не только от наследственных задатков, но и от социальной среды. Среда — это общество, культурные традиции, преобладающая идеология, уровень развития науки и искусства. От особенностей социального и культурного развития общества зависит принятая в нем система воспитания и обучения детей, начиная с государственных и частных учебных заведений (детских садов, школ, домов творчества, учреждений дополнительного образования) и кончая спецификой семейного воспитания [1, с. 68].

В учреждениях дополнительного образования возможны новые формы коллективного общения, внедрения коммуникативных методов обучения в отличие от традиционного обучения, когда преподаватель является главным действующим лицом образовательного процесса. Смыслом работы педагогов в системе дополнительного образования является выявление, отбор талантливых, креативных детей, проведение с ними профориентационной работы, оказание помощи в обретении активной жизненной позиции.

Одним из важнейших факторов эффективной работы учреждения дополнительного образования по развитию в детях креативного мышления является хорошо построенная и отлаженная организационная система. Для создания системы необходимо внедрение передовых технологий менеджмента. К сожалению, многие руководители упускают их из вида в силу плохой осведомленности или отсутствия навыков, и учреждение работает неэффективно, а потом закрывается. Часто отсутствие грамотного менеджера на руководящей позиции и нежелание руководства внедрить современные управленческие технологии приводит к потере клиентов, педагогов и коммерческим неудачам. Базирующиеся на государственном бюджете учреждения дополнительного образования получают всё меньше финансирования за счёт неэффективности своей работы, и это порождает порочный круг: неэффективная работа — слабое финансирование — недовольство руководства и сотрудников — неэффективная работа.

Развитие креативности в детях зависит от множества факторов: это общая психологическая обстановка в коллективе учреждения, комфорт и хорошая материальная база, наличие современных и эффективных образовательных методик, а также умение их применить, условия для привлечения родителей и детей к образовательному процессу.

Внедрение организационно-педагогических технологий, эффективного менеджмента, приводит к оптимизации процесса развития креативности детей, а также к увеличению его эффективности. Кроме того, это способствует коммерческому успеху предприятия дополни-

тельного образования, привлечению клиентов и созданию оптимальных рабочих условий для сотрудников.

Учреждения системы дополнительного образования имеют свою специфику функционирования, что сказывается на педагогическом процессе. Особенность педагогического процесса заключается в том, что формирующаяся личность находится в стадии становления и развития, в стадии социализации. В учреждениях дополнительного образования имеется относительная свобода, отсутствует строгая регламентация и жесткие рамки. Велико взаимодействие личностей работников и посетителей.

Сегодня функционируют такие учреждения для детей, как центры внешкольной работы, центры детского художественного творчества, центры эстетического воспитания детей, реабилитационные центры, кризисные центры, игровые залы. В досуговых учреждениях задействованы педагоги, воспитатели, культурологи, менеджеры. Вопрос профессиональной состоятельности очень актуален: здесь важно и педагогическое мастерство преподавателей и их знания в области управления развитием и саморазвитием личности [3, с. 44]. Управление педагогическим процессом начинается с изучения объекта воспитания, с характеристик возрастных групп и окружения.

Организационные основы заключаются в планировании воспитательных и образовательных целей и задач, материальных и финансовых возможностей учреждения, новых кадров. В условиях культурно-досуговых учреждений практикуется мягкий, демократичный стиль управления коллективом и личностью. Ограничение свободы и авторитарность могут оттолкнуть как посетителей, так и педагогический коллектив. Сегодня знания организационных основ способствуют успешному функционированию учреждений дополнительного образования, их конкурентно способности и верному целеполаганию.

Менеджмент в сфере культуры, искусства и образования — это комплексная целенаправленная интеллектуальная и хозяйственная деятельность высоко интеллектуальной личности или организационной системы [5, с. 10].

Деятельность в области искусства, образования, досуга, спорта исключает элементы стихийного, рефлексивного регулирования [4, с. 470]. Наравне с производственным, финансовым, политическим, педагогическим менеджментом следует говорить о социально-культурном менеджменте. Технологически управленческий процесс в социально-культурной сфере представляет собой совокупность основных функций менеджера, педагога, технолога, куда входят такие действия, как анализ, прогнозирование, планирование, организация выполнения плана, координация, мотивация творческих ресурсов, контроль над выполнением решений и информацией.

Социально-культурный менеджмент — совокупность управленческих отношений и способов управленческой деятельности в социокультурной сфере, как особый вид взаимодействий и взаимосвязей между коллективами и отдельными людьми — субъектами этой деятельности [4, с. 472]. Характер социокультурного менедж-

мента предусматривает особое отношение к творческой деятельности, которая пронизывает все виды и направления работы социокультурных учреждений [6, с. 33].

Современная управленческая культура должна строиться на принципах «открытости» культурной системы, перехода от вертикальных властных связей в ее управлении на горизонтальные добровольно-общественные методы управления [6, с. 107]. Благодаря управленческим механизмам соблюдается баланс некоммерческой и предпринимательской деятельности, обеспечивается финансовая устойчивость. Основные технологии управления в учреждениях дополнительного образования базируются на социально-психологических методах, на таких моральных стимулах, как личный пример, авторитет, осознанный долг, внутренние потребности. Управленческие технологии социально-культурной деятельности дают возможность к творческому саморазвитию, открытого для многих инновационных форм самовыявления менеджерской предпринимательской инициативы.

Роль менеджера в деятельности организации следует рассматривать как непосредственное, персонифицированное выражение процесса менеджмента, как его важнейшую структурную часть [6, с. 36].

Деятельность менеджера в социокультурной сфере связана с общением, поэтому способность коммуницировать является важной для специалиста. Способность менеджера к коммуникации выражается в способности устанавливать контакты с другими людьми, способности входить в разные роли, способность приходить к взаимопониманию и адекватно влиять на других.

Менеджер учреждений дополнительного образования должен обладать обширными знаниями как в области культуры, психологии, педагогики, так и в области современного социокультурного менеджмента, маркетинга, экономики, предпринимательства. Профессионализм также определяется нравственными и этическими нормами.

Каждое учреждение ставит перед собой определённую цель работы. Достичь этой цели невозможно, если дирекция не осуществляет процессы планирования, описываемые научным менеджментом. Таким образом, организационно-педагогический менеджмент в учреждениях дополнительного образования является инструментом рационального достижения поставленных дирекцией целей.

Эти цели должны быть обязательно прописаны. Если в государственных учреждениях сильна роль нормативов, данных министерством образования, то частные предприятия вольны по-своему осмысливать цели работы и формулировать концепцию, которой будут придерживаться работники. Современный менеджмент предполагает разработку учреждением своей миссии. Как пишет профессор В.М. Чижиков, миссия обуславливает «главную цель учреждения или ожидаемый результат его деятельности».

Теоретические основы научного менеджмента позволяют верно определить направление развития со-

временных учреждениях дополнительного образования, повысить эффективность их работы. Важным базисом работы является соблюдение законодательства Российской Федерации, в том числе охрана прав потребителя. Организуя управление учреждением, главной целью работы которого является развитие детей, необходимо учитывать педагогические технологии и методики, которые должны соответствовать как потребностям аудитории, так и миссии учреждения.

Эффективная модель работы социокультурного учреждения по развитию детей опирается на приёмы менеджмента, на соблюдение установленных государством юридических норм, на поддающиеся корректировке и инновациям педагогические технологии. Грамотное моделирование позволяет руководителю так организовать функционирование учреждения, чтобы добиться наиболее высоких результатов по воспитанию в детях креативности.

Развитие учреждений детского дополнительного образования невозможно без понимания их руководителями основ научного менеджмента и без внедрения в управление ими приёмов менеджмента. Важным моментом является создание команды, понимающей миссию учреждения и обладающую высоким профессионализмом, что обеспечивает привлечение и удержание клиентов, создание высокого рейтинга и корпоративной культуры.

Без знания юридических тонкостей и строгого соблюдения законодательства невозможно создание эффективной системы функционирования учреждений дополнительного образования, и если в государственном учреждении норма закона устанавливается автоматически, централизованным путём, то коммерческие учреждения (детские клубы, центры, школы раннего развития) вынуждены самостоятельно как формировать свод необходимых документов, так и контролировать соблюдение юридических норм, готовиться к плановым проверкам органами надзора, проводить мониторинг изменений в законодательстве местного и федерального уровня.

Одним из ключевых моментов работы современных учреждений является охрана прав потребителя. Забота о клиентах выражается в организации комфортного пространства, формировании культуры и этики в коллективе, своевременной реакции на изменяющиеся потребности аудитории.

Методы развития в детях креативности базируются на выборе педагогической технологии. Существует множество педагогических технологий и методик, как обучающих, так и развивающих. Выбор необходимой зависит от миссии и концепции учреждения, от потребностей клиентов. Неоспорима связь педагогической технологии с управленческим процессом. Моделирование работы учреждений дополнительного образования предполагает объединения множества факторов, начиная от финансов и заканчивая методиками развития. Формулирование технологической модели учреждения позволяет добиться высоких результатов работы и поднять процесс развития детей на высокий уровень.

Инновации и творческий подход к выбору методик повышают результативность в воспитательном процессе. Наибольшего успеха в процессе креативного развития детей, с одной стороны, достигают те учреждения, менеджеры которых руководствуются правилами менеджмента и маркетинга, а с другой стороны, успех невозможен

без развития внутренней культуры коллектива. Социокультурный и образовательный процесс тесно связаны с рабочим процессом организации и управления. В современном мире такой подход тождествен подходу в сфере крупного бизнеса (социально-ориентированные мировые компании типа McDonalds, Danone, Apple).

Литература:

1. Беляев, А. В. Социализация и воспитание детей опережающего развития // Педагогика. — 2013. — №2. — с. 67–73.
2. Богуславская, Т. Н. Формирование теории содержания дошкольного образования в отечественной педагогике второй половины XX в. // Педагогика. — 2013. — №2. — с. 31–38.
3. Ерошенков, И. Н. Возрастные технологии социально-культурной деятельности: учебное пособие. — М.: МГУКИ, 2011. — 302 с.
4. Киселева, Т. Г. Социально-культурная деятельность: учебник/Т. Г. Киселева, Ю. Д. Красильников. — М.: МГУКИ, 2004. — 539 с.
5. Переверзев, М. П. Менеджмент в сфере культуры и искусства: учеб. пособие/М. П. Переверзев, Т. В. Косцов; под ред. М. П. Переверзева. — М.: ИНФРА-М, 2007. — 192 с.
6. Чижиков, В. М.. Теория и практика социокультурного менеджмента: учебник/В. М. Чижиков, В. В. Чижиков. — М.: МГУКИ, 2008. — 608 с.
7. Шклярская, С. М. Интеграция образовательной среды дошкольной и начальной школы // Педагогика. — № 1. — 2014. — с. 59–64.

Оценка инвестиций в ценные бумаги на фондовом рынке

Кропова Алёна Анатольевна, студент
Томский политехнический университет

Оценка инвестиций в ценные бумаги всегда является актуальной темой, так как определение эффективности инвестиций в финансовые инструменты является необходимой предпосылкой принятия инвестиционного решения.

Цель данной статьи: охарактеризовать виды финансовых инструментов и определить какое вложение в ценные бумаги является наиболее выгодным с точки зрения прибыльности и рискованности.

Основными задачами статьи являются раскрыть сущность каждого вида ценных бумаг, и сравнить их между собой с позиции доходности и степени риска, и как следствие, определить в какие ценные бумаги денежные вложения будут являться наиболее выгодными.

Согласно Гражданскому кодексу РФ, ценная бумага — документ, удостоверяющий, с соблюдением установленной формы и обязательных реквизитов, имущественные права, осуществление или передача которых возможны только при его предъявлении.

С юридической точки зрения ценная бумага может рассматриваться как титул имущественных прав, а также как движимое имущество. С экономической точки зрения ценная бумага — представитель капитала.

Ценные бумаги являются важным объектом инвестирования как институциональных, так и частных инве-

сторов. Как правило, вложения осуществляются не в одну ценную бумагу, а в набор ценных бумаг, который и образует «портфель».

Портфельное инвестирование — вложение средств в совокупность ценных бумаг (акции, облигации, производные ценные бумаги и др.) [2].

Задача портфельного инвестирования — получение ожидаемой доходности при минимально допустимом риске.

Для инвесторов основное значение имеет классификация ценных бумаг в зависимости от их инвестиционных возможностей. С этой точки зрения, все ценные бумаги условно можно подразделить на три группы: ценные бумаги с фиксированным доходом, акции и производные ценные бумаги.

К ценным бумагам с фиксированным доходом относят финансовые средства, которым присущи два свойства. Во-первых, для них вводится определенная дата погашения — день, когда заемщик должен выплатить инвестору занятую сумму, которая состоит из номинальной стоимости ценной бумаги, а также процентов (если они предусмотрены условиями ценной бумаги). Во-вторых, они имеют фиксированную или заранее определенную схему выплаты номинала и процентов.

Таким образом, к основным видам ценных бумаг с фиксированным доходом относят: депозитные сертификаты, векселя и облигации. *Депозитный сертификат* — письменное свидетельство банка о депонировании денежных средств, удостоверяющее право на получение депозита. *Вексель* — письменное денежное обязательство, оформленное по строго установленной форме, дающее владельцу векселя право на получение от должника по векселю определённой в нём суммы в конкретном месте [1]. Срок обращения векселя 3–12 месяцев, процентная ставка не обязательна. *Облигация* — ценная бумага с фиксированным доходом, по которой эмитент обязуется выплачивать владельцу облигации по определенной схеме сумму процента и, кроме того, в день погашения — номинал облигации [1]. Существуют два основных отличия облигаций от векселей. Во-первых, практически все облигации продаются по номиналу с последующей выплатой процента. Во-вторых, срок погашения облигаций превышает год и может иметь протяженность в несколько десятков лет.

Акция — это ценная бумага, выпускаемая акционерным обществом и закрепляющая права ее владельца (акционера) на получение части прибыли акционерного общества в виде дивидендов, на участие в управлении акционерным обществом и на часть имущества, оставшегося после его ликвидации. Акции делятся на обыкновенные и привилегированные. *Обыкновенные акции* дают право на участие в управлении обществом и участвуют в распределении прибыли акционерного общества. *Привилегированные акции* могут вносить ограничения на участие в управлении, а также могут давать дополнительные права в управлении (не обязательно), но по сравнению с обыкновенными акциями имеют ряд преимуществ: возможность получения гарантированного дохода, первоочередное выделение прибыли на выплату дивидендов, первоочередное погашение стоимости акции при ликвидации акционерного общества.

Существует два принципиальных отличия акций от ценных бумаг с фиксированным доходом. Дивиденд зависит от чистой прибыли АО и теоретически может вообще не выплачиваться, может возрастать или уменьшаться [2]. Выплаты же по облигации фиксированы по величине и носят обязательный характер — эмитент обязан осуществлять их вне зависимости от того, имеет ли он прибыль или убыток. Для акций не устанавливается никакого срока погашения.

К производным ценным бумагам относят такие финансовые средства, чья стоимость зависит от стоимости других средств, называемых базовыми (основными). Самым распространенным типом базовых средств являются обыкновенные акции. Наиболее распространенными производными ценными бумагами являются опционы и финансовые фьючерсы. *Опцион* — договор, предусматривающий право, но не обязательство, купить или продать актив по фиксированной цене в оговоренный момент времени [1]. *Фьючерс* — это договор о фиксации

условий в оговоренный срок в будущем, по цене, установленной сегодня.

Инвестиционная привлекательность ценных бумаг оценивается по определенному набору критериальных показателей. Последние позволяют выявить приемлемость объектов для инвестирования и сравнить его с альтернативными вариантами. Инвестиционная привлекательность ценных бумаг зависит от их вида. Так, инвестиционные качества акций в основном связаны с возможным ростом их курсовой стоимости, получением дивидендов и обеспечением имущественных и неимущественных прав.

Под риском понимают некую вероятность отклонения событий от среднего ожидаемого результата. Риски бывают экономические, правовые, социально-политические. Каждому виду операций с ценными бумагами присущ собственный уровень риска.

Таким образом, можно сделать вывод, что доходность ценных бумаг напрямую связана с уровнем их риска, чем более рискованное вложение, тем оно более прибыльное. Выбирая объект для инвестирования, инвестору необходимо определиться с желаемым соотношением прибыли и рисков от вложений. Так, если инвестор хочет получить большую отдачу от инвестиции, но при этом вложение очень рискованное, то отличным вариантом объекта для вложений будут являться фьючерсы. Если инвестор хочет иметь стабильный средний доход со средним уровнем риска при долгосрочном вложении, то ему подойдут привилегированные акции, более рискованными считаются вложения в обыкновенные акции. При долгосрочном вложении с низким уровнем риска в качестве объекта для инвестирования подойдут облигации, депозитные сертификаты и опционы, однако прибыль от таких вложений будет минимальной. Если инвестор желает вложить денежные средства на короткий срок с минимальным уровнем риска, то отличным вариантом для инвестиций являются векселя, однако и доход от них будет минимальный.

Однако риски связаны не только с видами ценных бумаг, также риски зависят от эмитентов ценных бумаг. Например, акции сами по себе являются средне рискованными финансовыми инструментами, но акции успешной прогрессирующей компании будут менее рискованными, чем акции компании с низким уровнем дохода. Также компании делятся на государственные и частные, для корпоративных ценных бумаг характерен более высокий уровень риска, чем для государственных ценных бумаг. Таким образом, очень важно обращать внимание на эмитента, то есть на компанию, в которую инвестор хочет вложить денежные средства.

Так можно выделить ряд характеристик компаний для инвестирования. Во-первых, объем выручки, прибыли, денежных потоков и уровень ликвидности активов, а также потенциал роста этих показателей. Во-вторых, размер дивидендов, которые платит компания. В-третьих, оценка рынком этих ценных бумаг, растут они или падают. В-четвертых, доля компании на рынке, чем более устой-

чива она, тем лучше ее финансовое состояние. В-пятых, отрасль и диверсифицированность деятельности компании. В-шестых, оценка бизнес-модели компании — согласен инвестор с тем, что эта бизнес-модель реализует все потребности и способна ли она приносить доход. Также необходимо ознакомиться с финансовой отчетностью компании: балансовый отчет, отчет о прибылях и убытках и отчет о движении денежных средств.

Подводя итоги, можно выделить ряд принципов, которыми нужно руководствоваться инвестору при принятии инвестиционного решения. Во-первых, определиться

с желаемым размером прибыли и уровнем риска, а также сроком обращения ценных бумаг. Во-вторых, необходимо обратить внимание на принадлежность эмитента: частная компания или государственная. Совершенно очевидно, что для корпоративных ценных бумаг характерен более высокий уровень риска, чем для государственных ценных бумаг. В-третьих, необходимо анализировать финансовое состояние компании, ее сферу деятельности и долю рынка, а также размер дивидендов и тенденцию на фондовом рынке. Данные принципы помогут инвестору принять верное инвестиционное решение.

Литература:

1. Фондовый рынок: Курс для начинающих/Пер. с англ. — 3-е изд. — М.: Альпина Паблишерз, 2011. — 278 с.
2. Рынок ценных бумаг/А. С. Селищев, Г. А. Маховикова. — М.: Юрайт, 2012. — 432 с.

Виды управленческой коммуникации

Легачёва Анастасия Александровна, студент
Национальный исследовательский Томский политехнический университет

В одной из прошлых статей мы анализировали управленческую коммуникацию пришли к выводу, что коммуникативные процессы возникают на каждом этапе функционирования организации. В течение всего срока «жизнедеятельности» организации, на каждом этапе существует необходимость управленческого воздействия на людей, и в зависимости от целей и задач, которые стоят перед руководителем, личных особенностях управленца, для того чтобы процесс коммуникации оказался наиболее эффективным, управленческое воздействие может происходить в разных формах. Таким образом, данная статья будет посвящена рассмотрению вербальной управленческой коммуникации.

Так, П. Друкер пишет: «Менеджер побуждает, направляет и организует людей на выполнение заданий, но не более. Его единственным инструментом является письменное или устное слово либо язык цифр. Независимо от того, связана ли работа менеджера с техникой, расчетными операциями или продажей продукции, эффективность менеджера зависит от его способности слушать или читать, от его способности говорить и писать. Ему нужно искусство доводить свои мысли до сознания других людей» (Peter F. Drucker. The of management. — N. Y. 1959. P. 346)[1].

При этом существует необходимость рассмотреть подробнее элементы управленческой коммуникации.

К вербальной управленческой коммуникации можно отнести такие составляющие как: деловая беседа, переговоры, совещания, пресс-конференции и т. д., при которых происходит обмен информацией при помощи устной речи. Эту управленческую коммуникацию можно разде-

лить с учетом ее направленности: во *внутреннюю* и *внешнюю* среду организации.

Для того чтобы любая управленческая деятельность проходила наиболее эффективно, при проведении любых деловых встреч, как внутри организации, так и с представителями внешней среды, необходима подготовка. Она включает в себя выбор места и времени встречи, формирование состава участников, содержательный аспект — ряд вопросов, которые необходимо рассмотреть, намерения, необходимые к осуществлению.

К коммуникациям направленным во **внешнюю среду** можно отнести: переговоры, пресс-конференции, презентации. Такое взаимодействие происходит с поставщиками, конкурентами, потребителями, государственными органами, общественностью. Чаще всего при проведении данного рода общение происходит в более официальной атмосфере, в отличии от коммуникаций направленных во внутреннюю среду, требуют более тщательной подготовки, так как такие коммуникации формируют и поддерживают имидж компании, создавая гудвилл (Goodwill) — дословный перевод с английского языка — «добрая воля», но чаще его переводят как «доброе имя», в России очень часто в качестве аналога используется термин *деловая репутация*. Западные ученые и экономисты просчитали, что гудвилл незримо присутствует в каждом продукте или услуге и прибавляет ему определенную добавочную стоимость, которая достигается компанией в результате многолетней упорной работы [2].

Рассмотрим каждую из этих видов коммуникаций подробнее.

Переговоры в деловом общении — это процесс взаимодействия сторон с целью достижения согласованного и устраивающего их решения [3].

Американскими специалистами С. Фишер, Д. Браун были разработаны шесть основных правил, способствующих формированию благоприятного климата в процессе проведения переговоров:

1) Рациональность. Необходимо сохранять спокойствие, даже если другая сторона проявляет эмоции. Любая несдержанность разрушительно действует на взаимоотношения сторон.

2) Понимание. Постарайтесь понять оппонента. Пренебрежение к его точке зрения ограничивает возможность достижения соглашения.

3) Общение. Прямые контакты всегда могут быть использованы для улучшения отношений между оппонентами.

4) Достоверность. Избегайте использования ложной информации.

5) Отсутствие поучительного тона. Пренебрежительные интонации, менторский тон, безапелляционность высказываний трактуются как демонстрация превосходства, проявление неуважения и вызывают раздражение.

6) Открытость для восприятия другой точки зрения. Постарайтесь вникнуть в суть представлений оппонента. Ведь понять точку зрения другого — еще не значит согласиться с ней. Нетерпимость по отношению к взглядам оппонента — верный путь к разрыву отношений [3].

Пресс-конференция — мероприятие для СМИ, проводимое в случаях, когда есть общественно значимая новость, и организация или отдельная известная личность, непосредственно связанные с этой новостью, желают дать свои комментарии этой новости, которые были бы интересны и важны для общественности [4].

Современная пресс конференция сочетают в себе традиционные медиа (газеты, журналы), телевизионные СМИ (коммерческие и государственные телеканалы) и интернет — коммуникации (прямая трансляция через веб-сайт, лента в Твиттере, общение через скайп, новостные порталы).

Поэтому основной задачей при проведении пресс конференций является присутствие необходимых, важных СМИ, каналы связи, которые пользуются доверием и уважением широкого круга лиц.

Презентация — это представление своих способностей, своего продукта или своей компании партнерам, заказчикам, инвесторам или потребителям с целью добиться от них нужного решения (действия).

Для проведения эффективной презентации необходимо установить эмоциональный контакт с аудиторией, это осуществляется на основании убеждения и впечатления слушающих, также с помощью невербального воздействия на аудиторию.

Внутриорганизационные коммуникации происходят как по вертикали, так и по горизонтали. И в зависимости

от целей могут осуществляться для сбора необходимой информации (о работе отдела, выполнении плана и т.д.), доведения информации до сотрудников, координации действий.

Деловая беседа — это стремление человека или группы людей посредством слов вызывать желание у другого человека или группы людей к действию, которое изменит ситуацию или установит новые отношения между участниками беседы [4].

К функциям, которые выполняет деловая беседа можно отнести: совместное разработка новых идей, поиск эффективной реализации существующих проектов, поддержка деловых контактов, стимулирование деловой активности.

Одним из вариантов деловой беседы выступает деловая беседа по телефону — наиболее быстрый деловой контакт. Искусство ведения телефонных разговоров состоит в том, чтобы кратко сообщить все необходимое и получить ответ по интересующему вопросу [4].

Деловое совещание — это обсуждение вопросов организации производства, управления фирмой, маркетинговой деятельности, проводимое первым лицом или заменяющим его специалистом.

Следует помнить, что проведение делового совещания призвано создать ситуацию высказывания критики предметных позиций участников, для выработки более продуктивной стратегии и тактики развития проекта.

Обычно в деловом совещании участвуют 3–9, максимум 12 человек, большее количество участников уже может снижать эффективность работы. Тема обсуждения на совещании должна быть определена заранее, чтобы участники могли профессионально подготовиться, продумать свои предложения, даже подготовить соответствующие доклады. Имеет значение пространственное расположение участников в форме «круглого стола» для активизации взаимодействия

Вначале ведущий совещания должен высказать надежду, что совещание будет носить деловой и конструктивный характер, в течение совещания следить за регламентом, «удерживая» выступающих в рамках обсуждаемой темы, вовлекая «малоактивных», останавливая «словоохотливых», определяя порядок предоставления слов, задавая необходимые вопросы, осуществляя перефразирование и подведение промежуточных итогов, давая заключительный комментарий проведенного совещания.

Следует помнить, что деловое совещание предполагает возможность критики предметных позиций, а не личностных особенностей того, кто ее высказал, причем рекомендуется соблюдать правило: отметить вначале совпадение позиций, а затем обсудить различие разных позиций и подходов к решению проблемы, убедительно аргументируя достоинства и недостатки каждой альтернативы. [5].

Собеседование — наиболее распространенный метод отбора и оценки персонала. Основная цель при прове-

дении собеседования — получение как можно больше информации о кандидате на должность.

Данная информация позволяет:

- 1) оценить, насколько данный кандидат подходит для предполагаемой должности;
- 2) определить, насколько данный кандидат выделяется из заявивших свои кандидатуры на замещение вакантной должности;
- 3) установить, достоверна ли предоставляемая кандидатом информация [6].

Литература:

1. Фахрутдинова, А. З. Коммуникации в управлении. — Новосибирск: СибАГС. 2008. — 140 с.
2. Ким, Ю. К. Goodwill: понимание значения и тенденции развития в российском бизнесе // Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика / № 12012. — с. 9–10.
3. Психология и этика делового общения: учебник / под ред. В. Н. Лавриненко. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. — 416 с.
4. Сосновская, А. М. Деловая коммуникация и переговоры. — СПб.: СЗАГС, 2011. — 180 с.
5. Деловое совещание. Электронный ресурс. Режим доступа, <http://www.styleadvisor.ru/samorazvitie/delovaya-kafeqa/111.html>, свободный. Дата обращения (15.04.2014)
6. Шинкевич, Е. С., Нагорняк А. А. Особенности собеседования как самого распространенного метода отбора и оценки персонала // Успехи современного естествознания / № 52012. — с. 68–70.

Междисциплинарные исследования в экономике

Маричева Наталия Николаевна, студент

Уфимский государственный авиационный технический университет

По мере своего развития, экономическая наука неизбежно сталкивается с областью определения научного знания, ранее не включенного в круг экономических дисциплин. При этом последние годы предпочтение отдается преимущественно естественным наукам, которые в той или иной сфере проливают свет на поведение человека на рынке — пожалуй, наименее изученную область экономики, в результате чего возникают такие дисциплины, как нейроэкономика, поведенческая экономика, поведенческие финансы и прочие. Данная работа представляет собой своего рода обзор наиболее актуальных исследований переднего края экономической науки.

Долгое время поведение человека на рынке в целях упрощения моделирования рыночных механизмов представлялось как рациональное, подразумевая, что потребителю точно известна полезность, которую приносит то или иное благо. Однако в первой половине двадцатого века возникла институциональная экономика, основанная главным образом на опровержении этого допущения. Стоит отметить, что на сегодняшний день научный инструментарий значительно продвинулся в области детализации поведения человека на рынке, результатом чего стало возникновение, в частности, нейроэкономики, которая, строго говоря, не является экономической дисципли-

ной, однако объясняет некоторые особенности поведения, подчас необходимые для микроэкономических исследований. Собственно нейроэкономика определяется как раздел нейробиологии, который объединяет достижения экономики, психологии и других дисциплин в изучении природы принятия решений. Нейроэкономисты пытаются объяснить механизм принятия решений с помощью анализа активности нейронов, иллюстрируя свои умозаключения любопытными примерами. В частности, нейроэкономисты занимаются исследованиями феномена справедливости: двум испытуемым предлагали сыграть в «Ультиматум»: одному человеку давали 100 долларов, которые он должен был поделить со своим напарником, причём себе он мог взять 99, а коллеге отдать доллар. В свою очередь, последний испытуемый имел право отказаться от своей доли, если считал делёж несправедливым, и в этом случае деньги не доставались никому. В ходе эксперимента выяснилось, что люди склонны отказываться от «законной» доли при разделении 60 к 40. «Когда человеку предлагают несправедливую сумму, в его мозге активизируются нейроны эмоциональной области, — комментирует Василий Ключарев из Базельского Университета. — В момент отказа от денег активность в этой области невероятно высокая. По силе точно

такие же эмоции человек испытывает при боли или отвращении. Видимо, в нас заложено врождённое чувство справедливости. Именно поэтому в игре «Ультиматум» люди чаще всего делили сумму пополам». Нейроэкономика, наряду с уже описанным, занимается изучением социального влияния, а именно выявлением механизмов, объясняющих то, как влияет мнение социума на поведение человека.

Феномен конформизма иллюстрируют хрестоматийные исследования Аша Соломона, в рамках которых испытуемый оказывается в группе из шести человек, каждый из которых в ответ на вопрос «какая из трёх линий идентична по длине линии X?», заведомо давал неправильный ответ. Когда очередь доходила до испытуемого, то, несмотря на очевидность их ошибки, он соглашался с ними, при этом только 26% участников эксперимента выбирали правильный ответ. В данном случае гипотеза строится вокруг предположения о том, что в аналогичной ситуации в мозге возникает сигнал ошибки — если этот сигнал достаточно сильный, превосходящий определённый порог, то человек под влиянием большинства меняет своё мнение. Фактически это означает, что субъективные ценности и реакцию на поведение других можно задать, зная механизм работы мозга. Так, в исследовании уже упомянутого В. Ключарева была предпринята попытка сделать из испытуемых неконформистов. Используя магнитное поле, группа исследователей искусственно подавляла в мозге испытуемого сигнал ошибки (ту область, которая вовлечена в его генерацию). Результат исследования доказал, что воздействие на данную область обеспечивает объективно правильный ответ, т.е. испытуемые стали реже менять своё мнение на мнение группы. В тех случаях, когда стимулировались другие области мозга или стимуляция как таковая отсутствовала, испытуемые продолжали менять своё мнение. Для полноты описания отметим, что, с точки зрения эволюции, тип поведения, свойственный большинству, является наиболее оптимальным, однако это не всегда верно.

Новейшие исследования доказываются также, что сила воли человека, способность его противостоять обстоятельствам, фактически задается спецификой развития головного мозга в пренатальный период, иными словами, «воспитание» силы воли есть не более чем фольклор. Более того, человек склонен думать, что решение принято им сознательно, в том время как исследования в области нейроэкономики доказывают, что решение можно предсказать по активности мозга приблизительно за восемь секунд до осознания собственно решения.

Стоит отметить, что нейробиологическим аналогом полезности является активность нейронных сетей, которая, при определенных условиях, может быть искусственно задана извне. Так, более пятидесяти лет назад один из основателей современной нейробиологии Джеймс Олдс провел весьма показательный эксперимент — он вживил

электрод в центр удовольствия крысы и дал ей возможность стимулировать себя электричеством. В результате эксперимента выяснилось, что у крысы полностью отпадают потребности в пище и сне — крыса напрямую стимулирует свой нейроны до тех пор, пока не умрет от истощения.

Таким образом, можно сделать вывод, что выбор осуществляется в пользу не тех благ, которые являются ценностью во внешнем мире, а тех, которые вызывают наибольшую нейронную активность. В совокупности с пониманием того, что потребление в долгосрочной перспективе имеет количественные пределы, знание о стимуляции мозга теоретически может быть использовано в корыстных целях.

Возникновение поведенческой экономики как науки уходит корнями в 50-е годы прошлого века, когда Герберт Саймон, ее основатель, одним из первых заговорил о нереалистичности психологических предпосылок, из которых исходят стандартные неоклассические модели. Ему принадлежит авторство термина «ограниченной рациональности» для обозначения всего спектра ограничений, касающихся знаний и вычислительных способностей людей, не позволяющих им вести себя в реальном мире так, как предсказывает неоклассическая теория. Он выделял три главных задачи, на решение которых должен быть нацелен поведенческий анализ: эмпирическая проверка предположений неоклассической теории о человеческом поведении и в тех случаях, когда они оказываются неадекватными, формулирование эмпирических закономерностей, отражающих то, как оно строится в реальной жизни; выведение практических следствий для функционирования различных экономических систем, общественных институтов, политики государства; эмпирический анализ содержания фактически имеющихся у индивидов функций полезности, который позволял бы делать более точные предсказания об их экономическом поведении, чем это удастся неоклассической теории. Другим основателем поведенческой экономики считается Дж. Катона, который ввел в научный оборот сам термин «поведенческая экономика».

Стоит отметить, что оба специалиста принадлежат к так называемой старой поведенческой экономике, которая вызвала значительный общественный резонанс — Г. Саймон получил Нобелевскую премию по экономике в 1978 за разработку соответствующих идей. Однако для экономической науки в целом исследования прошли практически бесследно, и на тот момент не привели к возданию самостоятельной дисциплины.

Поведенческая экономика в современном ее виде возникла на рубеже девятнадцатого и двадцатого веков, будучи основанной на работах Даниэля Канемана, лауреата нобелевской премии 2002 года за «включение данных психологических исследований в экономическую науку, в особенности тех, что касаются суждений человека и принятия решения в ситуации неопределенности».

Канеман доказал, что, зачастую, поступки людей идут в разрез предсказаниям экономической теории. В статье под названием «Теория перспектив: анализ принятия решений в условиях риска», написанная в соавторстве с профессором Стэнфордского университета Амосом Тверски, Канеман утверждает, что, по результатам многолетних исследований, люди не способны рационально оценивать выгоды и потери от принимаемых ими решений. В частности, люди склонны по-разному реагировать на ситуацию, в зависимости от того теряют они или выигрывают. Так, радость получить выигрыш равный 100 рублей для человека оказывается меньшим, чем горечь потери тех же 100 рублей. Также выяснилось, что даже люди, имеющие математическое образование, люди склонны заблуждаться при оценке вероятностей тех или иных событий, принимая во внимания общепринятые стереотипы и заблуждения, а так же собственные ощущения.

Современная поведенческая экономика охватывает главным образом такие направления как

1. Эвристика, которая изучает механизмы творческого, нелогичного мышления человека, в силу того, что зачастую решения принимаются, основываясь именно на интуитивных конструкциях.

2. Фрейм, т. е. изучение смысловых рамок, которыми оперируют люди для понимания и действия в тех или иных событиях.

3. Рыночная неэффективность, а именно ошибки принятия решений на рынке, которые приводят к различным рыночным аномалиям, в том числе неверной установке цен, неэффективному распределению ресурсов и прочего.

Поведенческие финансы (BF — Behavioral Finance) — это течение, в рамках которого рассматривается синтез классических теорий и новых концепций анализа, моделирования и прогнозирования динамики рынка капитала, учитывающих непредсказуемые проявления иррациональности на фондовом рынке.

Фактически являясь ответвлением поведенческой экономики, та поведенческие финансы на сегодняшний день представляют собой, прежде всего, некий набор эффектов, которые в той или иной степени описывают поведение человека на финансовом рынке.

К наиболее значимым из них можно отнести следующие:

1) Эффект оформления, который заключается в разном восприятии экономическими субъектами ситуации, если преподносится в разных формулировках.

2) Эффект изоляции, в соответствии с которым экономические субъекты, упрощая выбор между различными перспективами, игнорируют общие черты, сосредотачивая внимание на различиях.

3) Иллюзия контроля — склонность к большему риску в ситуации кажущейся возможности влияния на исход операции.

4) Эффект компетентности, который объясняет тот факт, что экономические субъекты склонны к большему риску в тех областях, где они являются более компетентными, независимо от того, может ли их осведомленность и профессионализм каким-либо образом повлиять на вероятность того или иного исхода.

5) Эффект капкана характеризует положение, при котором экономический субъект осознает негативные изменения в перспективе развития инвестиционного проекта, в который он уже осуществил вложения, однако сознательно продолжает развивать проект дальше.

6) Эффект определенности. Предпочтение индивидами меньшего дохода, но «наверняка», большему доходу, но с некоторой меньшей вероятностью получения.

7) Эффект наличных денег. Большинство экономических субъектов неспособно верно оценить влияние инфляционных процессов, поскольку их восприятие основано на абсолютных величинах наличных денежных сумм.

8) Эффект предрасположенности. Характерная для инвесторов тенденция долго держать в своих портфелях акции, которые не приносят прибыли, и слишком быстро продавать акции, которые дают прибыль.

9) Эффект «сверхреакции» — острая реакция на новую информацию о корпоративных ценных бумагах, независимо от того, плохая она или хорошая.

В заключение автор считает нужным упомянуть, что на сегодняшний день результаты междисциплинарных исследований в экономике зачастую подтверждают, что называется, здравый смысл, однако необходимо иметь в виду, что как таковые поведенческие исследования в экономике относятся к зарождающимся дисциплинам, исследующим наименее изученную область научного знания. Поэтому логично предположить, что значительные открытия будущего принадлежать именно этой области.

Литература:

1. Е. А. Коваленко/Теория поведенческих финансов и ее применение к прогнозированию доходности финансовых активов // Пермский государственный национальный исследовательский университет, г. Пермь
2. В. Ключарев //статья «Иллюзия свободы» http://neweconomist.ru/articles/neuroekonomika/marina_muraveva_vasilij_klyucharev_illyuziya_svobody/

Глобальные дисбалансы в мировой экономике

Маричева Наталия Николаевна, студент

Уфимский государственный авиационный технический университет

Термин «глобальные дисбалансы» имеет достаточно широкую трактовку и в ряде академических источников описывается как, например, чрезмерно раздутый в большинстве развитых стран по сравнению с реальной экономикой финансовый сектор, а внутри финансового сектора — перманентно возрастающие инвестиции в операции с производными финансовыми инструментами. К мировым дисбалансам стали относить также соотношения темпов роста между развитыми и развивающимися странами, неравномерное размещение природных ресурсов и резервов рабочей силы между странами и т. д. Нетрудно заметить, что в такой трактовке дисбалансы мировой экономики представляют собой феномены, для которых более подходит термин «диспропорция». Однако в рамках данного исследования глобальные дисбалансы определяются как диспропорция во внешней торговле.

Одной из фундаментальных проблем мировой экономики сегодня является проблема глобальных дисбалансов, косвенно влияющих на кризисы мирового масштаба, в частности, ипотечного кризиса 2008 г. Сущность глобальных дисбалансов заключается в положительном сальдо текущих операций в Китае и некоторых других странах азиатско-тихоокеанского региона и отрицательном сальдо в США и ряде стран с развитой экономикой, покрываемой притоком капитала из развивающихся стран, главным образом из КНР, Народный банк которой накапливает валютные резервы посредством покупки американских облигаций. Таким образом, мировой капитал, вопреки экономической логике, перетекает из стран с дефицитом капитала в страны, в которых наблюдается его избыток.

Основополагающая причина глобальных дисбалансов состоит в стратегии инвестирования развивающихся стран, которые, будучи обладателями избыточных денежных ресурсов от продажи энергоносителей и товаров широкого потребления, искали безрисковые способы вложения активов. При этом в национальных экономиках возможности для надежного инвестирования отсутствовали, что привело азиатских инвесторов на фондовый рынок США. Иначе стратегию инвестирования развивающихся стран называют «парадоксом сбережения» за авторством Б. Бернанке. Причиной сохранения текущего положения является отказ в реформе системы здравоохранения и социального страхования США и программ развития западных областей Китая, призванных стимулировать конечный спрос.

Специалисты комментируют проблему следующим образом: около 70 % проблемы мировых дисбалансов объясняется выросшими ценами на ресурсы, но оставшаяся часть показывает рост конкурентоспособности экономики азиатских стран по сравнению с экономикой стран За-

пада. Частью проблемы является разница в паритетах покупательной способности валют разных стран, при этом США оказывают сильное давление на Китай с целью ревальвации юаня. Однако в Азии правящие круги принимают решения с учетом опыта итогов Соглашения Плаза 1985 г., в результате которого Япония увеличила курс йены в два раза с тем, чтобы не потерять доступ на американский рынок. На практике это привело к потере конкурентоспособности экспорта страны.

Явление глобальных дисбалансов представляет опасность для мировой экономики в той мере, в какой оно представляет угрозу для экономики США как центра мировой торговли в эпоху глобализации. Дефицит внешней торговли США, нарастающий последние десятилетия, учитывая широкую вовлеченность США в мирохозяйственные операции, а также статус доллара как мировой резервной валюты гарантирует крупномасштабный кризис в случае экономического кризиса внутри страны.

На протяжении своей истории страны запада являлись нетто-экспортерами товаров и услуг, в настоящий момент ситуация драматически поменялась. Наиболее остро данная проблема стоит для США, которые, начиная с 1970-ых годов, существовали в условиях перманентно нарастающего дефицита платежного баланса, рост которого за последние двадцать лет вырос в более чем 18 раз. Прямым следствием отрицательного сальдо является увеличение госдолга США, стимулируемое валютной оплатой импортируемых товаров. Долг США, в свою очередь, является одной из причин мирового экономического кризиса 2007–2008 годов.

Сама по себе проблема глобальных дисбалансов не является новейшим изобретением. Так, в начале XIX века приблизительная доля Китая в общем объеме мирового производства составляла около трети, фактически, страна имела огромное положительное сальдо внешней торговли с Великобританией. В рамках устранения возникшей проблемы было принято решение импортировать в Китай единственный товар, не производимый внутри страны — опиум. Повсеместная его доступность привела к значительному оттоку средств в Великобританию и падению нравов, что в конечном итоге стало причиной двух Опиумных войн, по итогам которых Китай принял все правила торговли западных держав, а его развитие резко затормозилось. Исторический пример наглядно демонстрирует, что диспропорции в платежных балансах крупных экономик могут привести к весьма драматическим последствиям.

На сегодняшний день можно констатировать глубокое взаимопроникновение стран-крупнейших обладателей экономических диспропорций, США и Китая, поскольку для азиатской страны США — важнейший экспортный

рынок, Китай, в свою очередь, является крупнейшим зарубежным держателем американских облигаций, поэтому в среднесрочной перспективе эксперты МВФ прогнозируют сохранение проблемы глобальных дисбалансов.

К настоящему моменту нет единого мнения относительно качества мер, необходимых для устранения проблемы глобальных дисбалансов, более того, в научной среде ведутся споры относительно необходимости самого факта борьбы с дисбалансами. Так, «оптимистичный подход» предполагает пассивные реакции на дисбалансы как на явление, не создающего дополнительных неудобств. В рамках оптимистичного подхода, господствовавшего в экономической науке в период 2004–2008 гг., выделяют три точки зрения: подход «сообразительного инвестора», модель «темной материи», модель «новой экономики». Подход «сообразительного инвестора» уповает на самоликвидацию дисбалансов путем создания суверенных фондов в странах-держателях американских ценных бумаг. Подход «темной материи» представляется наиболее любопытным взглядом на ситуацию — по мнению его сторонников, господствует некорректный способ измерения внешней торговли США, которая приводит к искаженной в сторону увеличения оценке дефицита торгового баланса. Кроме того, гипотеза «темной материи» специфична в подходе к данным в следующем аспекте: статистические данные по внешней торговле отбрасываются как неправильно измеренные, но данные по инвестиционным доходам используются полностью. Зеркальные расчеты по внешней торговле со странами-партнерами обычно показывают иное значение сальдо торгового баланса по сравнению с собственной официальной статистикой, но в целом это значение имеет тенденцию быть завышенным, а не заниженным, за счет объема полулегальной и нелегальной торговли.

Подход «новой экономики» видит причину колоссальных общемировых вложений в росте производительности труда, характерной для американской экономики. При этом имеется в виду, что для того чтобы страна могла покрыть платежи по внешнему долгу при существующей динамике дефицита торгового баланса, расширение совокупного предложения должно сопровождаться ускоряющимся ростом производительности труда. Однако это не подтверждается расчетами: вместо необходимого в 1995–2005 гг. роста вдвое производительность труда выросла всего на 50%. Не подтверждается гипотеза «новой экономики» и результатами анализа структуры инвестиций: логично предположить, что инвесторы предпочли бы прямые инвестиции в американские фирмы — источник роста производительности труда — покупке государственных облигаций США, что тоже не соответствует действительности. Таким образом, предпосылки, на которых основана новоэкономическая модель, в реальной экономике отсутствуют.

Далее выделяют «стандартный подход», в рамках которого решением проблемы будет являться ревальвация или введение свободного плавания юаня в сочетании

с некоторым ослаблением доллара по отношению в том числе и к другим странам. Данного подхода придерживаются, главным образом, эксперты МВФ. «Реалистичный подход» подразумевает коррекцию проблем путем исправления причинных аспектов, а именно снижение бюджетных расходов в США и постепенную переориентацию сбережений и производства на внутренние рынки в Китае.

Кроме того, важнейшим вопросом в рамках проблемы глобальных дисбалансов для России является то, как долго продержится такая ситуация, поскольку именно она способствует поступлению в российскую экономику нефтедолларов.

В дополнение к выше описанным можно привести также трактовку проблемы, озвученную исследователями из МГИМО. Так, по их мнению, наиболее вероятными вариантами, при которых может произойти сокращение дисбалансов, являются снижение цен на ресурсы и переход мировой экономики на новый технологический уклад. Именно в смене текущего, пятого, технологического уклада на шестой, начало которого прогнозируется специалистами на 2020-е годы, основанного на нанотехнологиях, биотехнологиях, альтернативных источниках энергии и новой медицине, и заключается возможность Запада исправить невыгодное для себя положение. Примечательно, что смена укладов происходит каждые 50–55 лет и сопровождается ростом конкуренции ввиду роста количества участников рынка, налаживших производство по существующим технологиям, ростом цен на ресурсы из-за востребованности большим количеством игроков и более острыми кризисами — все эти процессы можно наблюдать уже сегодня. Начало нового уклада произойдет тогда, когда стоимость производства по новым (но пока дорогим) технологиям станет ниже производства по нынешним технологиям. Это приведет к ускорению роста мировой экономики, повышению производительности, высвобождению ресурсов.

В этом аспекте проявляются важнейшие задачи технологического перевооружения российской промышленности, реализации активной промышленной политики, эффективной научно-технической политики в силу высокой вероятности снижения цен на ресурсы в рамках этого сценария.

Кроме того, существует точка зрения, в соответствии с которой представляется необходимым ввести единую для всех стран мировую валюту, эмитируемую международными финансовыми организациями, лишённую признаков национальных денег, выпуск которых не был бы связан с эгоистическими интересами какой-либо отдельной страны. Тогда бремя спонсирования США через покупку их ценных бумаг было бы снято с прочих стран, поскольку дефициты США не могли быть погашены за счёт эмиссии доллара и его использования на мировых рынках. В этих условиях, дабы не допустить дефолта собственного государства, США были бы вынуждены сокращать отрицательное сальдо торгового баланса и государственного долга.

Литература:

1. Бажан, А. И. Глобальные дисбалансы: содержание и формы [Текст]/А. И. Бажан// Глобальные дисбалансы и кризисные явления в мировой экономике. — Москва, 2013. — с. 8–25
2. Хесин, Е. С. Глобальные дисбалансы: причины и проблемы коррекции [Текст]/Е. С. Хесин//Глобальные дисбалансы и кризисные явления в мировой экономике. — Москва, 2013. — с. 72–82
3. Масленников, А. А. Глобализация и финансовые дисбалансы в мировой экономике [Текст]/А. А. Масленников//Глобальные дисбалансы и кризисные явления в мировой экономике. — Москва, 2013. — с. 82–96

Современные подходы к организации PR-деятельности в сфере услуг

Мартиросян Мартин Ростомович, магистр

Пермский государственный национальный исследовательский университет

PR — это сфера знаний и тип профессиональной практики, связанных с управлением общественным мнением. В периоды, когда роль общества возрастает, PR выходит на главенствующие позиции. В нашем прошлом и частично настоящем две ветки устройства современного мира — государство и общество — были неравномерно развиты. Если Западное государство проистекает от более сильного компонента — общества, то в России, скорее общество выглядит как порождение государства. Так, Г. Почепцов отмечает, что «до тех пор, пока гражданин не займет в нашем мире достойное его место, не будет настоящего PR».

Ключевые слова: PR-деятельность, сфера услуг, маркетинг.

Modern approaches to the organization of PR-services activities

PR — is the sphere of knowledge and the type of professional practice related to the management of public opinion. At times when the role of society increases, PR goes to dominant positions. In our past and present part two branches of the device of the modern world — the state and society — have been unevenly developed. If Western State derives from the stronger component — a society in Russia, rather looks like a product of society state. So Pocheptsov notes that «as long as the citizen does not take in our world worthy of its place, there will be present PR».

Keywords: PR-activities, services, and marketing.

Впервые официально само выражение «Public Relations» употребил президент США Томас Джефферсон, когда в 1807 году он в черновике своего «Седьмого обращения к конгрессу» вписал его вместо вычеркнутого «состояния мысли». В 1830-х гг. это выражение употреблялось для общественного блага. Потом оно исчезло из поля зрения и появилось в начале XX века значении работы газетчиков, чтобы обелить оклеветанных профсоюзных лидеров.

На рубеже XIX–XX веков происходит кристаллизация нового вида профессиональной деятельности, связанной с управлением общественным мнением. При этом Советский Союз уже в тридцатые годы также обладал достаточно сильной практикой такого рода. Сохраняя в достаточной степени репрессивный режим, он во многом оставался в глазах как своей, так и зарубежной общественности весьма прогрессивным и привлекательным государством. Работа специалистов по PR, или вернее, специалистов в области политической пропаганды, была налицо. Конечно, их задача упрощалась отсутствием аль-

тернативных источников информации, но все равно эта работа была гигантской по масштабам. Вехой в легитимности PR стало создание в 1948 году Американской Ассоциации PR (PRSA), а в 1955 году была основана международная ассоциация по PR. Все это официально установило факт интернационализации практики PR и ее стандартов.

Таким образом, рассмотрев формирование коммуникативных моделей и возникновение PR необходимо дать полное определение понятия PR с точки зрения различных школ и направлений.

Паблик рилейшнз (ПР) как наука занимается организацией коммуникативного пространства современного общества. Американское общество паблик рилейшнз так видит свои задачи: «ПР помогает комплексному, плюралистическому обществу принимать решения и функционировать более эффективно путем достижения взаимопонимания между группами и учреждениями. Она помогает гармоничному сочетанию частных и общественных интересов».

Область, в которой функционирует ПР, можно определить как общественную коммуникацию. Она отличается как от коммуникации обыденной, так и от коммуникации массовой. Обыденная коммуникация — личностная, диалогическая, устная. Массовая — неличностная, монологическая, печатная (или другой вид технической реализации), что и позволяет выходить на массовую аудиторию.

По мере того как интерактивные средства массовой информации все больше вытесняют привычные односторонние информационные каналы, представления о массовой, однородной и пассивной аудитории СМИ постепенно отходят в прошлое. Технология, целью которой поначалу было увеличение объемов передаваемой информации, зачастую приводила к появлению все более индивидуализированных коммуникаций. Например, компьютеризованная обработка текстов и появление быстродействующих принтеров дали толчок рассылке огромного количества писем, которые, как оказалось, нужно рассылать вполне конкретным адресатам. В настоящее время сложные компьютерные программы, связанные с базами данных, генерируют именные письма, направляемые конкретным получателям и ориентированные на удовлетворение конкретных информационных потребностей. Возможность широкого применения индивидуально адресуемой почтовой рассылки существенно повлияла на структуру рекламного бюджета многих организаций; такая рассылка все чаще используется для доведения важных PR — сообщений до каждого отдельного человека. Некоторые планировщики совещаний и съездов широко используют интерактивные системы с возможностью ответа аудитории для обеспечения немедленной обратной связи по обсуждаемым вопросам.

Internet представляет собой важнейший аспект современной революции в системе человеческих коммуникаций. Цифровые технологии изменили коммуникации как внутри организаций, так и между организациями и их общественными группами. Другими словами, можно сказать, что если вы работаете в сфере публичных отношений какой-то организации, это либо движение с огромной скоростью, либо полная остановка — иного не дано.

Журналисты, PR-специалисты и рекламодатели широко пользуются новыми технологиями, пытаются эффективнее выполнять свою работу. Они применяют новые технологии, пытаются повысить эффективность своей работы, выполнить ее быстрее и с меньшими затратами. Более того, новые технологии позволяют профессионалам в области коммуникаций шире использовать в своей работе новаторские и творческие подходы, принимать подчас совершенно неожиданные и смелые решения. Стремительное развитие технологии изменило сам способ осуществления, распределения, отображения и хранения коммуникаций. И хотя многие специалисты признают эту новую реальность и охотно экспериментируют с новыми медиа-технологиями, буквально единицы понимают все тонкости и последствия применения этих технологий в своей повседневной практике. Институт исследований

и образования в области публичных отношений (Institute for Public Relations Research and Education) собрал в конце 2005 г. крупнейших специалистов в сфере публичных отношений и коммуникаций и попросил их указать некоторые из изменений, связанных с появлением новых технологий, и их реальное или потенциальное влияние на то, как осуществляются коммуникации в различных организациях.

Успех организации сферы услуг на рынке достигается решением комплекса задач. Отличный дизайн рекламы услуг, качественное оказание услуг, рациональная цена услуг, продуманное продвижение услуг — необходимые элементы для достижения необходимой части целевого рынка. Маркетинговая задача информирования целевого рынка об организации, месте предоставления услуг, заключается в убеждении максимального количества людей в существовании достоинств организации сферы услуг. Кроме того, нужно сформировать или усилить predisposed определенное число потребителей. Информирование, убеждение, изменение predisposed воспользоваться услугой — таковы цели маркетинга, реализуемые программой PR-кампании. Далее рассмотрим схему взаимосвязи имиджа и маркетинговых коммуникаций.

В рамках управления PR-имиджем организации маркетинговые коммуникации взаимодействуют следующим образом: фундаментом имиджа организации является стратегия маркетинга, которая приводит в соответствие рыночные возможности и потребительский спрос; имидж выражается средствами визуальной идентичности — фирменным стилем; позиционируется посредством миссии и социально-значимого статуса организации; с помощью бренда расширяется известность марки/услуги; корпоративная культура отражает свод внутренних правил, благодаря которым повышается репутация — уровень доверия клиентов/покупателей и повышается эффективность деятельности организации/рентабельность.

Потенциал информационных технологий и СМИ в формировании и развитии PR-имиджа компании в сфере услуг огромен. Совокупность методов исследования позволяет выявить эмоциональное настроение потребителей, пристраиваясь к данному ощущению сформировать позитивные ассоциации по отношению к исследуемому объекту. В результате исследования ассоциативно-эмоционального поля потребителя мы приходим к необходимости создания положительного и современного образа компании, соответствующего требованиям и уровню потребителя услуг. Отметим, что современный имидж представляется как соответствие критериям, способным удовлетворять запросы клиентов и предоставлять сервис, соответствующий последним стандартам.

Организации сферы услуг планируя стратегию маркетинга по формированию PR-деятельности в рамках улучшения качества услуг и внедрения новых технологий должны стремиться привлечь финансовые инвестиции и повысить экономическую эффективность производства услуг. Для улучшения сбыта услуг использовать традици-

онный набор средств, таких как создание сети фирменных сетей и проведение необходимых маркетинговых исследований с выработкой ценовой политики. Усиленно следует представлять мероприятия, относящиеся к специальным средствам увеличения продаж и развития связей с внешней средой, стремится к осязаемости предлагаемых услуг.

В улучшении качества услуг уделяют небольшое внимание работе с персоналом организации, созданию ее внутреннего имиджа. Характерным является выбор мероприятий, направленных на профессиональное развитие и повышение уровня квалификации персонала. Вместе с тем, необходимо развивать мероприятия, направленные на обеспечение оптимального психологического «климата» в организации, развитие корпоративной культуры и формирование у сотрудников чувства лояльности к организации.

Характеризуя, производственно-экономическую направленность некоторых организаций в сфере услуг маркетинговая стратегия в формировании PR-имиджа может иметь существенный недостаток, состоящий в недооценке важности использования средств массовой коммуникации и работы с различными слоями общественности, в сведении к деятельности по улучшению качества услуг и интенсификации продвижения услуг.

Организациям сферы услуг следует придерживаться маркетинговой стратегии по формированию PR-имиджа организации. Наибольшее распространение здесь должны получить мероприятия, представляющие деятельность во внешней среде организации сферы услуг, направленную на увеличение объемов реализации услуг и развитие для этого необходимых связей с контрагентами компании. Ядро маркетинговой стратегии по формированию PR-имиджа организации должны составлять мероприятия по планированию конкурентной борьбы, продвижению продаж, проведению PR-кампаний, отнесенные к категории специфических по формированию имиджа организации. Построение имиджа организации достигается с помощью оптимальной ценовой политики и налаживанию устойчивых связей с потребителями услуг. Много внимания также следует уделять аналитической работе по созданию и корректировке имиджа организации, разработке эмблем, названий и логотипов.

Анализ маркетинговой стратегии по формированию PR-имиджа организации показал общую направленность на деятельность по сбыту продукции и использование мероприятий, стимулирующих данный процесс. Согласно такой стратегии построение имиджа организации целиком сводится к формированию имиджа продукта/услуги. Важность формирования имиджа услуги нельзя недооценивать, при этом рекомендуется использовать мероприятия, направленные на формирование имиджа и таких объектов, как персонал и руководство организации. Здесь наибольшее внимание следует уделять управлению персоналом в организации: развитие корпоративной культуры, построение команды, выработку определенного

стиля руководства и формирование лояльности персонала к организации. Особое внимание уделяется средствам стимулирования процессов обслуживания клиентов, мотивации персонала и обеспечению социальных гарантий. Успешная коммерческая деятельность невозможна без целенаправленного формирования имиджа организации по отношению к широкому кругу контрагентов, чему должен предшествовать определенный анализ внешней среды, маркетинговые исследования, а также аудит коммуникаций.

Полный анализ коммуникаций организации следует проводить в рамках внутренних и/или внешних, с целью создания картины коммуникационных потребностей, практики и возможностей для получения данных, которые позволяли бы высшему руководству принимать осознанные, экономически оправданные решения относительно дальнейших целей коммуникаций организации. Аудит позволяет лицам, ответственным за принятие решений в организации, получить четкую картину происходящего, а также дает им основу для принятия решений о внесении изменений в этой области.

Спектр работ по аудиту коммуникаций весьма широк:

- 1) анализ собственной маркетинговой деятельности, в том числе ретроспективный, по направлениям;
- 2) реклама — в том числе если компания работает с агентством, стоит понять особенности работы этого агентства;
- 3) непосредственно связи с общественностью — в том числе оперативность работы пресс-службы или пресс-секретаря;
- 4) мероприятия — в том числе участие в отраслевых и профессиональных выставках, конференциях;
- 5) анализ маркетинговых действий конкурентов по тем же направлениям, сравнительный анализ собственного и конкурирующего маркетинга.

Все это позволяет выделить сильные и слабые стороны в системе внешних связей, оценить перспективность собственной стратегии маркетинга и стратегии конкурентов, что является очень важным для компаний разных масштабов и различных сфер деятельности, поскольку точное знание плюсов и минусов внешних коммуникаций важно для успешного развития PR-деятельности.

Кроме аудита коммуникаций, в качестве инструментов замера общественного мнения выделяем мониторинг PR-имиджа. Мониторинг PR-имиджа организации сферы услуг представляется постоянным контактом с субъективным мнением общественности, а также работа с объективными данными (материалами рекламных кампаний, аналитикой действий конкурентов).

Опросы могут проводиться в разных масштабах, разных социальных группах и давать всестороннюю картину. Коммуникационный аудит помогает получить полную и объективную информацию о текущем состоянии имиджа для построения эффективных коммуникаций компании с ее общественностью, для принятия оптимальной стратегии ведения бизнеса, а также для выработки эконо-

номически оправданных решений со стороны руководства относительно дальнейших целей коммуникаций организации. Результаты коммуникационного аудита могут стать отправной точкой для коррекции существующего PR-имиджа.

Выбор средств, направленных на развитие связей с внешней средой, может быть наиболее дифференцирован. Исходя из этого, представляется необходимой деятельность, направленная на формирование определенной культуры взаимоотношений с клиентами и партнерами, налаживание обратной связи. Среди важнейших условий формирования оптимального PR-имиджа организации — предоставление достоверной и правдивой информации, выполнение договорных обязательств перед клиентами, внедрение сервисного обслуживания.

Использование мероприятий по формированию имиджа организации после коммуникационного аудита весьма разнообразно: это и проведение PR-кампаний, и организация научных конференций, выставок, презентаций, и использование интернет-технологий, и выбор средств, направленных на формирование имиджа во внутренней среде организации. Недооценка важности использования таких факторов формирования внутреннего имиджа организации, как построение команды, обеспечение сотрудников социальными гарантиями, проведение кадровой политики и т.д. существенно снижает эффективность деятельности маркетинговой стратегии по формированию имиджа компании.

Рассмотрим основные показатели мониторинга:

1) устойчивость PR-имиджа, отличающаяся от более динамичных (общественного мнения и настроения), для формирования и изменения которой необходимо больше время и более существенная информация, зачастую сравнивают с социальным стереотипом;

2) узнаваемость — может ли респондент узнать организацию;

3) способность вспомнить организацию, либо вспомнить новую услугу, предлагаемую организацией (визуальные, текстовые элементы);

4) влияние на покупательское поведение, определяющее эффективность продаж услуги;

5) уровень побудительности (наиболее предпочтительная организация, менее предпочтительная, не котирующаяся, нейтральная организация).

Надо отметить, насколько оперативную и полную информацию о существующем внешнем и внутреннем имидже будет иметь организация, настолько успешно она будет функционировать в экономическом и социальном плане. В связи с этим рекомендуется проведение такого вида исследования, которое даст наиболее полную информацию о состоянии отношений компании с целевыми аудиториями, оценки качества, эффективности использования каналов коммуникации. В соответствии с этим наиболее подходящим и эффективным способом изучения PR-имиджа организации является коммуникационный аудит, который позволяет получить системное и ком-

плексное представление о коммуникациях компании с ее целевыми группами. В связи с этим, далее представлена модель анализа PR-имиджа организации сферы услуг, в которой нашли отражения специфические черты сферы услуг.

Модель анализа PR-имиджа организации направлена на разработку маркетинговой стратегии, в рамках которой рекомендуется периодически проводить коммуникационный аудит, используя указанные этапы и методы проведения. В результате мониторинга PR-имиджа организации проводятся корректирующие действия.

Таким образом, PR-деятельность организации является ядром маркетинговой стратегии, которая приводит в соответствие рыночные возможности и потребительский спрос, выражаясь средствами визуальной идентичности, позиционируется посредством миссии и социально-значимого статуса организации, с помощью бренда расширяется известность услуги, корпоративная культура отражает свод внутренних правил, благодаря которым повышается репутация и эффективность деятельности организации.

Осязаемость качества услуг, возможно, повысить через удовлетворение запросов клиентов и предоставление сервиса, соответствующего последним стандартам. Маркетинговая стратегия по формированию PR-имиджа организации сферы услуг предполагает использование мероприятий по планированию конкурентной борьбы, продвижению продаж, проведению PR-кампаний, уделяя управлению персоналом в организации: развитие корпоративной культуры, построение команды, выработку определенного стиля руководства и формирование лояльности персонала к организации. Особое внимание отдать средствам стимулирования процессов обслуживания клиентов, мотивации персонала и обеспечению социальных гарантий сотрудников.

В свою очередь исследования содержания понятия «эффективность» и его производных продолжают находить достаточно широкое отражение в научных работах, в том числе и диссертационных.

Это связано с тем, что среди экономических категорий политической экономии понятие экономической эффективности выступает одной из ведущих характеристик достижений экономических субъектов микро, мезо и макроуровней, вплоть до национального народного хозяйства в целом.

Содержание понятий различных сторон эффективности оставляет открытыми вопросы иерархии показателей и не может быть применима ко всем экономическим субъектам, в частности к малым предприятиям.

Так, определение «эффективность в предпринимательстве», включает в себя и показатели «коммерческая эффективность» (текущая, финансовая, инвестиционная), которые конкретизируют отдельные направления предпринимательской деятельности.

Более того, и сами показатели не однородны: инвестиционная эффективность нередко имеет прямое отношение

к финансовой, а показатель текущей эффективности оставляет широкий простор для его наполнения и поэтому нуждается в конкретизации.

Роль PR в жизни общества исключительно велика и, как показывает зарубежный опыт, имеет четкую тенденцию к усилению воздействия на все стороны его существования.

Анализ динамики развития рекламных рынков показывает, что этот рынок имеет выраженный растущий характер и все больше интегрируется в информационную систему общества. Прослеживается ярко выраженная взаимосвязь между усиливающимся влиянием на общественное сознание средств массовой информации и проникновением PR во все составляющие общественной системы.

Одна из причин — размещение PR-информации пока выступает основным экономическим источником нахождения «на плаву» различных СМИ.

Более того, лейтмотив предпринимательской деятельности — получение прибыли, нередко стирает грань нравственного самоконтроля у создателей PR-продуктов и разрушающе воздействует на моральный климат общества.

Данное обстоятельство выступает решающим аргументом в пользу необходимости государственного регулирования этой сферы предпринимательской активности.

Наряду с государственными органами в настоящее время в стране функционирует немало общественных организаций, оказывающих воздействие на предпринимательскую деятельность в сфере PR.

Среди них Российская ассоциация рекламных агентств (РАРА), основанная в 1993 г., позднее переименованная в Ассоциацию Коммуникационных Агентств России (АКАР).

Основные цели, которые ставит перед собой эта общественная организация, включают:

- создание условий для развития цивилизованного рынка рекламы и PR в России;
- защита интересов российских производителей товаров и услуг в области рыночных коммуникаций;
- защита прав и интересов Членов Ассоциации;
- продвижение и защита рекламы как важной составляющей жизни общества;
- координация Членов Ассоциации по развитию рекламного и PR-предпринимательства России.

Другой известной организацией является Ассоциация рекламодателей. К основным задачам это профессиональное сообщество относит [30]:

- защиту интересов членов Ассоциации в отношениях с органами государственной власти, рекламными агентствами, СМИ, широкой общественностью;
- содействие становлению и развитию эффективной системы саморегулирования PR-деятельности в России.

Направления деятельности в основном схожи с РАРА/АКАР. Крупным общественным объединением выступает и Рекламная Федерация Регионов (РФР).

Свою миссию РФР видит в объединение усилий рекламных агентств и отделов продаж СМИ (членов Федерации) в работе и менеджменте, обмене опытом, повышении профессиональной квалификации, следовании высоким творческим стандартам.

Рекламный совет России (РСР) образован в 1995 г. с целью развития системы общественного регулирования рекламной деятельности, гармонизации интересов потребителей рекламы, средств массовой информации и PR-бизнеса. Эти объединения привлекают к сотрудничеству и общественные организации, представляющие потребителей.

Например, в работе РСР принимает активное участие Международная конфедерация обществ потребителей.

Среди важнейших задач подобных объединений помимо участия в разработке PR-законодательства центральное место занимает проблема формирования системы саморегулирования рекламного рынка.

Интеграция России в мировое экономическое пространство предопределила влияние на национальные профессиональные объединения рекламистов соответствующих международных неправительственных организаций. Среди наиболее значимых следует назвать International Chamber of Commerce — The World Business Organization (ICC), объединяющая представителей более 120 стран мира. Приоритетная задача — создание унифицированных правил ведения бизнеса, в том числе, торгового, в условиях свободной и честной конкуренции. ICC имеет представительства в 140 странах мира.

В 2000 г. был создан Российский национальный комитет ICC—ICC Russia. В Комитете работает, в том числе Комиссия по рекламе и маркетингу. Другая авторитетная международная организация — Международная рекламная ассоциация (IAA).

Ассоциация объединяет представителей трех субъектов рекламного рынка: рекламодателей, рекламных агентств и средств массовой информации из 95 стран мира. Одно из главных направлений деятельности — пропаганда высокой значимости рекламы и PR для развития здоровой экономики, ее роли как инструмента обеспечения независимости средств массовой информации и их многообразия, как основы современного гражданского общества.

В число некоммерческих организаций, объединяющих рекламодателей в глобальном масштабе — WFA (Всемирная Федерация рекламодателей). Миссия WFA — поддержка ответственного подхода в области PR-коммуникаций и содействие развитию информационной среды, а также средств и методов, способствующих повышению эффективности рекламных вложений.

Важнейшей составляющей системы регулирования PR-деятельности является государственное правовое поле.

В стране разработана достаточно эффективная нормативно-правовая база для функционирования предпринимательства.

Имеющаяся законодательная база в целом позволяет организовать функционирование рынка PR и его субъ-ектов в соответствии с нормами и правилами, принятыми в цивилизованном обществе, где добровольные объединения граждан и предпринимателей играют все более значимую роль в регулировании PR-деятельности. Потребитель обладает широкими правами и достаточно надежно защищен от недобросовестной рекламы. Можно констатировать наличие в сфере PR определенного баланса

между интересами потребителей и продавцов-предпринимателей.

Итак, реализация контрольных функций управления PR-деятельностью должна проводиться на основе комплексной оценки результата PR-кампаний. Оценка эффективности PR-кампании представляет собой учет степени воздействия всех факторов, влияющих на эффективность PR-кампаний, и, наконец, результативность каждого мероприятия в процессе управления.

Литература:

1. Доскова, И. С. Public Relations: Теория и практика [Текст]/И. С. Доскова. — М.: Издательство «Альфа-Пресс», 2010. — 544 с.
2. Доти, Д. Паблсити и паблик рилейшнз: пер. с англ./Д. Доти — М.: Филинь, 1996.—285 с.
3. Капитонов, Э. А., Капитонов, А. Э. Корпоративная культура и PR [Текст]/Э. А. Капитонов, А. Э. Капитонов. — М, 2011. — 356 с.
4. Капферер, Ж. Н. Бренд навсегда. Создание, развитие, поддержка ценности бренда: пер. с англ./Ж. Н. Капферер. — М.: Вершина, 2007. — 442 с.
5. Катлип, С. М. Паблик рилейшнз: Теория и практика [Текст]/С. М. Катлип. — М., 2000. — 479 с.
6. Китчен, Ф. Паблик рилейшнз: принципы и практика [Текст]/Ф. Китчен. — М.: Юнити, 2004. — 409 с.
7. Комаровский, В. С. Связи с общественностью в политике и государственном управлении [Текст]/В. С. Комаровский. — М, 2012. — 544 с.
8. Кондратьев, Э. В., Абрамов, Р. Н. Связи с общественностью [Текст]/Э. В. Кондратьев, Р. Н. Абрамов. — М., 2005. — 377 с.

Последствия вступления в ВТО для отечественной фармацевтической промышленности

Мастихин Алексей Александрович, старший преподаватель;
Савина Екатерина Александровна, студент;
Попов Кирилл Александрович, ассистент;
Стригина Мария Олеговна, доцент;
Филиппова Мария Георгиевна, доцент;
Скляренко Семен Александрович, доцент
Московский государственный университет пищевых производств

На современном этапе развития, в рамках функционирования кафедр «Современные торговые операции Север-Юг» и «Пищевая безопасность» в Московском государственном университете пищевых производств, анализу вопросов последствий вступления во Всемирную торговую организацию (ВТО) научным сообществом данных кафедр отводится значительное место, чему свидетельствует публикационная активность по данному вопросу [1–3].

В связи со вступлением, 22 августа 2012 г. Российской Федерации в ВТО, начался медленно, но верно, процесс снижения пошлин, с одновременным введением дополнительных разрешительных защитных мер на отечественную продукцию и процессов отстаивания своих позиций в спорах с торговыми партнерами по организации. В каждой из отраслей промышленности данные

процессы имеют свои специфические особенности. Детализация анализа данного вопроса по изменениям в отечественной фармацевтической промышленности можно подразделить на три раздела, это: Импортные пошлины; Охрана интеллектуальной собственности; Переход к системе стандартов GMP.

1. Одним из условий присоединения России к ВТО, является существенное снижение импортных пошлин на фармацевтическую продукцию. Запланировано плавное снижение импортных пошлин (Таблица 1).

Окончательный срок завершения снижения импортных пошлин обозначен на 2014–2015 год. Конечно, стоимость импортного фармацевтического товара уменьшится, но конечному потребителю не стоит ожидать снижения цен, так как дистрибьюторы поглотят положительную разницу. Однако, стоит ожидать небольшое

Таблица 1

Вид продукции	Снижение ставки импортной таможенной пошлины
Органо-неорганические соединения, нуклеиновые кислоты	До 3%
Провитамины и витамины	До 3%–6,5%
Железы и прочие органы	До 6,5%
Кровь, сыворотки, вакцины	До 2%–6,5%
Лекарственные средства, расфасованные в виде лекарственных форм	До 3%–6,5%
Медицинские изделия	До 5%
Фармацевтическая продукция (товарная позиция 3006 ТНВЭД ТС)	До 3%–8%

снижение цены на импортные дорогостоящие фармацевтические препараты. На отечественных производителей понижение пошлин на лекарственные средства не отразится серьезно, так как на фармацевтическом рынке пошлины не влияют на уровень конкурентоспособности товара.

II. Одним из соглашений, которое Российская Федерация обязана выполнять в условия ВТО, выступает Соглашение ТРИПС. Соглашение ТРИПС посвящено вопросам интеллектуальной собственности и расшифровывается, как соглашение по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности. Россия долго стремилась попасть в ряды членов ВТО и благодаря этому длительному сроку, современное российское интеллектуальное право (Гражданский кодекс РФ, часть 4) практически приведено в соответствии с Соглашением ТРИПС. Не стоит забывать, что Соглашение ТРИПС — это международное соглашение, а как известно международное законодательство имеет приоритет над национальным законодательством любой страны при решении спорных вопросов.

По Соглашению ТРИПС:

1. Срок действия патента на лекарственное средство составляет не менее 20 лет;
2. Запрет на размещение на рынке копии лекарственного препарата, который находится под защитой патента;
3. Генерики, они же дженерики или аналоги оригинального лекарственного препарата, смогут поступать на рынок только после окончания срока действия патента на патентованный лекарственный препарат.

Данное соглашение позволяет иностранным производителям оригинальных препаратов более защищенно чувствовать себя на российском фармацевтическом рынке, что нельзя сказать об отечественных производителях, которые в основном производят дешевые аналоги оригинальных лекарственных препаратов.

Так же, после вступления России в ВТО начало действовать положение ч. 6 ст. 18 ФЗ от 12.04.2010 №61-ФЗ «Об обращении лекарственных средств». Данная норма закрепляет правило о сроке защиты информации, представленной заявителем для государственной регистрации лекарственных препаратов. Устанавливается запрет на получение, разглашение, использование в коммерче-

ских целях и в целях государственной регистрации лекарственных препаратов в течении шести лет с даты такой регистрации.

III. GMP — международный стандарт, переводится как надлежащая производственная практика. Данный стандарт представляет собой совокупность требований, правил и соответствующих норм, которые должны быть соблюдены в процессе производства фармацевтической продукции, медицинского оборудования, активных субстанций или вспомогательных медицинских материалов. В настоящее время только около 10% отечественных производителей могут позволить себе осуществлять производство по GMP, для того чтобы конкурировать на открытых рынках стран участниц ВТО и соответствовать требованиям участия России в ВТО. Переход на стандарты GMP требует больших денежных вложений, что отечественный производитель не может себе позволить, а следовательно многие производители просто уйдут с рынка. Более того, существует другая проблема, мешающая перейти российским фармацевтическим производителям на стандарт GMP. Основная причина заключается в том, что на данный момент еще не готовы нормативно-правовые акты, определяющие требования и нормы для организации производственного процесса по стандарту GMP. С 1 января 2014 года все отечественные производители, которые не успеют перейти на международный стандарт, столкнутся с тем, что срок их лицензий закончится. Но даже если они успеют адаптировать свое производство, то российские стандарты еще до сих пор не утверждены: к сожалению, в России нет соответствующего инспектора, который уполномочен осуществлять проверку соответствия отечественных предприятий международным стандартам GMP.

Благодаря членству России в ВТО, есть решение данной проблеме. При ВТО торговые барьеры постепенно снижаются, политика государства в международной торговле становится прозрачнее. Это служит улучшению инвестиционного климата, что послужит отечественным фармацевтическим компаниям адаптировать свое производство под стандарты GMP в сотрудничестве с опытными иностранными производителями т. е. получение опыта фармацевтического производства. Также для перехода на GMP потребуется:

- четкий норматив, желательно гармонизированный с международными требованиями;
- профессиональный государственный инспекторат по GMP;
- эффективная система санкций к предприятиям, не соблюдающим требования;
- правовая база для норматива, работы инспектората и применения санкций.

Для уверенного развития отечественного фармацевтического рынка в простых, а порой и сложных условиях ВТО нужно продолжать:

- гармонизировать национальное законодательство в сфере фармацевтики с международным законодательством;
- продолжать поддерживать отечественных производителей эффективными государственными программами.

Литература:

1. Еделев, Д. А., Матисон В. А., Майорова Н. В., Прокопова М. А. Особенности требований всемирной торговой организации в отношении продовольственных товаров// Пищевая промышленность. 2013. № 11. с. 22–25.
2. Еделев, Д. А., Кантере В. М., Матисон В. А. Регулирование торговых отношений в странах-членах ВТО на основе многосторонних соглашений// Пищевая промышленность. 2013. № 9. с. 54–58.
3. Еделев, Д. А., Матисон В. А., Майорова Н. В., Прокопова М. А. Принципы гармонизации и эквивалентности в многостороннем соглашении ВТО по санитарным и фитосанитарным мерам (SPS)// Пищевая промышленность. 2013. № 12. с. 34–37.
4. ФЗ от 12.04.2010 № 61-ФЗ «Об обращении лекарственных средств».
5. С. Н. Быковский, И. А. Василенко, С. В. Максимов Комментарий к Руководству Европейского Союза по надлежащей практике производства лекарственных средств для человека и применения в ветеринарии, 2014 год.
6. В. В. Покровская, Таможенное дело, 2011 год.

Анализ признаков банкротства по абсолютным данным бухгалтерской отчетности

Матвеева Дарья Дмитриевна, бухгалтер
ООО «АСОМИ» (г. Тольятти, Самарская обл.)

В статье рассмотрены основные направления анализа деятельности организаций в условиях банкротства, возможные методы и методики, позволяющие прогнозировать вероятность наступления банкротства.

Ключевые слова: банкротство, ликвидация, несостоятельность, финансовое оздоровление.

Переход к рыночной экономике привел к большим продвижениям в финансово-хозяйственной деятельности государства. Главным звеном рыночной структуры хозяйствования стала конкуренция и банкротство неконкурентоспособных организаций.

В настоящем, повысилось значение института банкротства, потому что без применения конкурсного права не будет объективного распределения средств должника. Под конкурсным правом понимается система норм, решающих отношения в области несостоятельности (банкротства), т. е. связь между должником, не реализующий свои обязательства, его кредиторами и третьими лицами. [2]

Главную роль в анализе банкротства организации приобретает финансовый анализ. Методы финансового анализа эксплуатируют для овладения вероятности банкротства организации и в ходе процедуры банкротства, которые осуществляются арбитражными управляющими, разбирая термин «анализ банкротства», можно подчеркнуть две версии: «неофициальную» и «официальную».

Неофициально термин применяется для обозначения методик финансового анализа, которые должны обнаружить неудовлетворительное финансовое состояние организации, способное привести к его неплатежеспособности. Одна из методик — это Z-модель Альтмана.

Немного рассмотрим модель, Z-модель Альтмана (англ. Z score model) — математическая формула, фиксирующая степень риска банкротства отдельной организации, образованная американским экономистом Эдвардом Альтманом в 1968 году. Мы имеем несколько видов моделей:

I. Двухфакторная модель Альтмана — это одна из легчайших методик обнаружения вероятности банкротства, которая употребляется при потребности рассчитать взаимовлияние только двух показателей — коэффициент текущей ликвидности и удельный вес заёмных средств в пассивах. Формула имеет вид:

$$Z = - 0,3877 - 1,0736 \times \text{коэффициент текущей ликвидности} + 0,579 \times (\text{заемный капитал/пассивы})$$

При значении Z больше 0 ситуация в организации критична, вероятность быть банкротства высока.

II. Пятифакторная модель Альтмана для акционерных обществ, акции которых котируются на рынке. Самая важная модель Альтмана, именно эта модель была напечатана ученым в 1968 году. Формула имеет вид:

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

где X_1 — оборотный капитал к сумме активов предприятия. Показатель оценивает сумму чистых ликвидных активов компании по отношению к совокупным активам;

X_2 — не распределенная прибыль к сумме активов предприятия, отражает уровень финансового рычага компании;

X_3 — прибыль до налогообложения к общей стоимости активов. Показатель отражает эффективность операционной деятельности компании;

X_4 — рыночная стоимость собственного капитала/бухгалтерская (балансовая) стоимость всех обязательств;

X_5 — объем продаж к общей величине активов предприятия характеризует рентабельность активов предприятия.

В результате подсчета Z — показателя для организации делается вывод:

При значении $Z < 1,81$ — вероятность банкротства 80–100%;

При значении $Z = 1,81–2,77$ — средняя вероятность краха организации 35–50%;

При значении $Z = 2,77–2,99$ — вероятность банкротства не существенна 15–20%;

При значении $Z > 2,99$ — ситуация в организации тихая, вероятность банкротства в течение двух лет маловероятна.

Безошибочность прогноза в этой модели на протяжении одного года составляет 95%, за два года — 83%, что является ее плюсом. Минусом данной модели считается то, что ее можно применять в крупных организациях.

III. Модель Альтмана для организаций, акции которых не торгуются на биржевом рынке. Модель имеет вид:

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

где X_4 — балансовая стоимость собственного капитала/заемный капитал.

При значении $Z < 1,23$ организация идет к банкротству;

При значении $Z = 1,23–2,89$ ситуация спорная;

При значении $Z > 2,9$, такие показатели имеют стабильные организации.

IV. Семифакторная модель была написана Эдвардом Альтманом в 1977 году и позволяет выявить неплатежеспособность в 5 лет с вероятностью до 70%. Впрочем, из-за сложности расчетов практического применения не наблюдалось. [4]

Единый экономический смысл модели содержится в функциях от разных показателей, отмечающих экономическое значение организации и итоги его работы за предшествующий период.

Каждая организация, которая является юридическим лицом, не может жить вечно. Ликвидация возможна

на любой стадии роста. Причины для ликвидации организации могут стать как внешние, так и внутренние. [5]

Вернемся к понятию о банкротстве, официально термин «банкротство» зафиксирован в Федеральном законе от 26.10.2002 г. N 127-ФЗ «О несостоятельности (банкротстве)», в осуществление которого приняты документы, регламентирующие финансовый анализ для целей установления признаков банкротства организаций. Такой анализ исполняется арбитражными управляющими.

Важной задачей расчета финансового анализа состояния должника — это определение главных его сторон. Одобрение решения о вводе внешнего управления, определения фактического экономического состояния, присутствия либо отсутствия признаков фиктивного и преднамеренного банкротства. Одним из звеньев может служить также выявление возможностей исполнения мирового соглашения.

Основанием для фиктивного банкротства — наличие у должника способа удовлетворить все требования кредиторов на дату обращения должника в арбитражный суд с заявлением о признании его несостоятельности.

Для введения присутствия (отсутствия) причин фиктивного банкротства рассчитывается обеспеченность краткосрочных обязательств должника его оборотными активами:

$K_{об} = \text{Оборотные активы} / \text{Краткосрочные обязательства}$

При значении $K_{об} \geq 1$ — наблюдаются признаки фиктивного банкротства;

При значении $K_{об} < 1$ — не наблюдаются признаки фиктивного банкротства.

Повод преднамеренного банкротства определяется как в течение периода, предшествующего возбуждению дела о банкротстве, так и в ходе процедур банкротства (за исключением конкурсного производства).

К признакам преднамеренного банкротства берется за внимание действия значимых лиц, которые причинили неумение должника удовлетворить критерии кредиторов по денежным обязательствам и (или) выполнить договоренность по уплате обязательных платежей. С целью рассмотрения признаков преднамеренного банкротства рассчитывается анализ финансовой деятельности должника, подразделяющихся на два этапа:

— расчет показателей, определяющие перемены в обеспеченности обязательств должника перед его кредиторами, за период проверки;

— анализ условий сделанных сделок за этот же период, повлекших важные изменения в показателях обеспеченности обязательств должника перед его кредиторами.

В процессе финансового анализа рассчитывают следующие показатели:

— коэффициенты, позволяющие определить платежеспособность должника (коэффициент абсолютной ликвидности, коэффициент текущей ликвидности, показатель обеспеченности обязательств должника его ак-

тивами, степень платежеспособности по текущим обязательствам);

— коэффициенты, характеризующие финансовую устойчивость должника (коэффициент автономии (финансовой независимости), коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами, доля просроченной кредиторской задолженности в пассивах, показатель отношения дебиторской задолженности к совокупным активам);

— коэффициенты, определяющие деловую активность должника (рентабельность активов, норма чистой прибыли); [6]

Законодательством выявлено, что банкротами могут стать коммерческие организации (за исключением казенных предприятий), а также потребительские кооперативы и фонды.

Юридическое лицо считается неспособным обеспечить требования кредиторов по денежным обязательствам и выполнить договоренность по уплате обязательных платежей, если такие договоренности и обязанности не выполнены им в течение трех месяцев с момента их наступления. По факту арбитражный суд возбуждает дело о банкротстве в том случае, если критерии к должнику со-

ставляют, в общем, не менее пятисот минимальных заработанных плат.

Главным критерием санации предприятия-банкрота — выработка политики устранения неплатежеспособности — это меры, направленные на обеспечение удовлетворительной системы баланса. Для этого по результатам анализа может быть выработана программа и план финансового оздоровления организации с целью выхода из «опасной зоны».

Выработка мер по финансовому оздоровлению — это обоснование путей, совершенствующих систему баланса, которые обеспечивают выход организации из неблагоприятного состояния.

Таким образом, финансовое состояние является главной характеристикой деятельности организации. Оно выявляет конкурентоспособность организации и его потенциал в деловом сотрудничестве, является гарантом грамотной реализацией экономических интересов всех участников финансовых отношений: как самого предприятия, так и его партнеров. Явление несостоятельности организаций — это неизбежный путеводитель рыночной экономики, совершающий роль доктора, контролирующего здоровье и обеспечивающий условия для дальнейшего существования.

Литература:

1. Антикризисное управление [Текст] учеб. для экон. спец. вузов:/Э.М. Коротков, О.Н. Александрова, А.А. Беляев [и др.]: М-во образования и науки РФ, Гос. Ун-т Упр.; под ред. Э.М. Короткова. — М.: ИНФРА-М, 2010. — 619 с.: табл. — (Высшее образование)
2. Балдин, К.В. Банкротство предприятия: анализ, учет и прогнозирование [Текст]: учеб. пособие/К.В. Балдин, В.В. Белугина, И.И. Передеряев. — 3-е изд. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2010. — 376 с.
3. Бердникова, Т.Б. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия [Текст] учеб. пособие для вузов по экон. и упр. спец./Т.Б. Бердникова. — М.: Инфра-М, 2011. — 214 с.: табл. — (Высшее образование)
4. Учебно-методический комплекс по дисциплине «Учет и анализ банкротств»/сост. И.А. Соколова. — Тольятти: Изд-во ПВГУС, 2012. — 128 с.
5. Школа университетской науки: парадигма развития:/«Лояльность персонала как фактор конкурентоспособности предприятия сферы услуг»/Е.В. Келарева, 2010, — 342–347 с.
6. Экономика и управление: новые вызовы и перспективы:/«Основные подходы к оценке конкурентоспособности предприятия»/Е.В. Келарева, 2010, — 257–276 с.

Конкурентоспособность персонала как один из ключевых факторов конкурентоспособности организации

Молчанова Екатерина Николаевна, магистр

Белгородский государственный национальный исследовательский университет

Статья посвящена исследованию проблем формирования факторов, оказывающих влияние на формирование конкурентоспособности организации. Предложены формы управления конкурентоспособностью предприятия. Исследуется понятие «конкурентоспособности персонала».

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность, персонал, модель организационного развития, менеджер.

Конкуренция является неотъемлемым атрибутом рыночной экономической системы. Каждая организация стремится к поддержанию своей конкурентоспособности.

В научной литературе конкурентоспособность понимается как способность определённого объекта или субъекта превзойти конкурентов в заданных условиях [3, с. 54]. Конкурентоспособное предприятие должно обладать рядом преимуществ.

Для эффективной хозяйственной деятельности организации важны не только технологии, оборудование и материалы. Большое значение приобретает философия управления деятельностью людей. Таким образом, в настоящее время происходит изменение основных факторов конкурентоспособности предприятия.

Теперь одним из ключевых составляющих эффективной и успешной деятельности предприятия является грамотно организованная система труда. Основываясь на исследованиях известного футуролога Р. Йенсена можно предположить, что конкурентоспособность организации в перспективе будет определяться конкурентоспособностью каждого отдельного работника и коллектива в целом [2, с. 62]. Следует отметить, что подобная тенденция в настоящее время характерна для многих предприятий в развитых западных странах. Мировой финансовый кризис наиболее заметно отразился на тех компаниях, в штате которых состояли работники с недостаточной квалификацией. Многие предприятия в условиях кризиса не смогли избежать увольнения работников. Это стало предпосылкой к повышению конкуренции между работниками. Наиболее востребованными стали сотрудники, способные быстро адаптироваться к возникшей ситуации и способные удовлетворить повышенные требования работодателя.

В настоящее время информационные возможности позволяют квалифицированным работникам менять место работы без особых временных затрат. Исходя из этого, угроза потери квалифицированных работников является острой для организации. Чтобы обойти такую проблему, работодатель должен создать привлекательную среду и корпоративную культуру, удовлетворяющую потребности работника.

Существует несколько моделей организационного развития предприятия:

- закрытая модель управления;
- открытая модель управления;
- модель случайного управления;
- модель управления типа идея.

Для закрытой модели характерно единоличие в управлении организацией. Руководитель предприятия несет ответственность за все принятые решения. Инициатива персонала не приветствуется, а вся деятельность работников основывается на стандартах, инструкциях. Взаимоотношения между руководящими органами и персоналом исключительно официальные. Подобная модель организационного развития характерна в большей степени для плановой экономики и в современных условиях является неэффективной.

В открытой модели управления, напротив, каждый член трудового коллектива имеет право высказывать свое мнение по любым обсуждаемым вопросам, то есть в данном случае важна работа командой и позиция партнера. Руководители в организациях открытого типа ориентированы на социальные последствия принимаемых управленческих решений.

Модель случайного управления ориентирована на наличие высокого динамического потенциала предприятия. При этом для модели характерна нацеленность на решение реально возникающих проблем, своевременное выявление и устранение трудных зон в работе организации. Руководитель такой организации стремится установить партнерские отношения с работниками. Среди его главных качеств можно выделить гибкость и терпимость по отношению к персоналу.

Руководитель модели типа «идея» ориентирован на стратегические возможности предприятия, проявляет интерес к идеям подчиненных, с энтузиазмом принимают за новые инновационные проекты, обладает системным мышлением.

Таким образом, каждая из описанных моделей управления имеет свои преимущества. На наш взгляд, модель управления типа «идея» является самой эффективной в условиях рыночной экономики, потому что в наибольшей степени предполагает использование инноваций в процессе функционирования хозяйствующего субъекта.

В целях повышения конкурентоспособности трудовых ресурсов следует активно использовать инновационные рычаги управления работниками. Прежде всего, необходимо создать условия для успешного функционирования коммуникаций в организации. Главная цель коммуникаций — обеспечить взаимопонимание сотрудников, которые участвуют в информационном обмене.

Отметим, что существует значительное количество различных методик, в которых даются готовые комплексы по набору, управлению, обучению кадрами. Тем не менее, мало внимания уделяется такому важному аспекту, как мотивация труда.

В современной России наблюдается кризис труда, то есть отношением работников к труду, как к средству выживания. Отсутствие подбора кадров, стремление сохранить всех работников, кадровые перестановки как способ решения проблем, посредственное выполнение работы, сопротивление профессиональному росту — подобные тенденции, характерные для ряда российских организаций, негативно отражаются на деятельности всего предприятия в целом.

Кроме этого, выделение финансовых средств на повышение квалификации работников осуществляется в основном по остаточному принципу. Концентрация усилий происходит лишь тогда, когда возникают проблемы, то есть отсутствует системность и регулярность в текущей работе.

В таких условиях не может идти речи ни о высокопроизводительном и эффективном труде, ни о росте квалификации работников и развитии их инициативы.

В качестве эффективного рычага управления персоналом многими авторами предлагается использовать личность топ-менеджера. При этом рыночная экономика предполагает постоянное изменение требований к его деловым качествам. Менеджер должен обладать не только профессиональной компетенцией, но и методической и социальной квалификацией. Важным также является такое качество менеджера, как возможность при минимальных временных затратах оптимизировать свою коммуникативную деятельность и добиться успеха при управлении коллективом.

Каждый работник должен знать корпоративные стандарты профессиональной деятельности.

Целесообразно проводить в организации обучение персонала, которое позволит сформировать у работников необходимые навыки в определенной сфере.

Считаем эффективным проведение на предприятии таких мероприятий, как семинары и тренинги. Тренинг определяется как «передача именно необходимых для конкретного момента знаний, того, что необходимо человеку или команде в ближайшем будущем» [1, с. 17].

Разновидностью тренинга является коучинг — психологический подход, выражающийся в профессиональной помощи сотруднику, который позволит за короткий срок максимально раскрыть потенциал человека, повысить профессиональную эффективность.

Следует также применять аттестации работников, в рамках которых организовывать индивидуальные собеседования с персоналом по результатам обучения.

Необходимо применять в организации выплаты, поощряющие деятельность персонала, которые значительно повысят ответственность и заинтересованность работника.

Менеджер по персоналу при осуществлении своей деятельности должен исходить из принципа, что человек — основное звено в деятельности фирмы, а создание благоприятных условий для его деятельности — приоритетная задача любого хозяйствующего субъекта. При этом необходимо создавать условия для ускоренного роста профессионализма самих менеджеров.

Важной характеристикой структуры управления являются информационные, материальные, функциональные связи в организации. Поэтому в качестве ещё одной задачи менеджера следует выделить способствование развитию обратных вертикальных и горизонтальных связей.

В организации должны функционировать эффективные кадровая стратегия и кадровая политика. Кадровая стратегия задает контур системной работы с персоналом. Она должна быть активной и обеспечивать быстрое решение возникающих проблем. На основании кадровой стратегии разрабатывается кадровая политика, которая представляет собой набор простых принципов. При этом, чем проще формулировки стратегии, тем более однозначно они воспринимаются персоналом, и тем самым, целенаправленнее осуществляется сама политика.

Таким образом, в современной экономической среде, которой свойственна динамичность и цикличность, предприятие поставлено в очень жёсткие рамки. Активно развивающаяся конкуренция требует интенсивного развития профессионально-квалификационных качеств работников организации. Чем более квалифицированными специалистами обладает компания, тем стремительнее её развитие. Разнообразие, привнесённое в организацию, в том числе, в сфере управления персоналом, увеличивает её потенциал. В то же время, следует учитывать, что активное использование нововведений понижает стабильность организации, приводит к отклонениям от нормы. Менеджер по персоналу должен способствовать повышению уровня трудового потенциала предприятия, используя только эффективные рычаги управления персоналом. Это позволит каждому работнику адекватно переносить изменения в сфере труда.

Литература:

1. Гетельман, Л.Д., Исаев А.П. Кадровая конкуренция: новые подходы к работе с персоналом [Текст]/Л.Д. Гетельман, А.П. Исаев // Вестник УрФУ. Серия: Экономика и управление. — 2010. — №7. с. 12–22.

2. Вылегжанина, А. О. Управление конкурентоспособностью персонала организации как основным ресурсом конкурентоспособности организации в современной экономике [Текст]/А. О. Вылегжанина // Вестник тюменского государственного университета. — 2011. — №4. — с. 62–67.
3. Колмыкова, М. В. Миссия, видения и кредо качества — ориентир предприятий и организаций в современной экономике [Текст]/М. В. Колмыкова // Наука и устойчивое развитие общества. — 2010. — №10. — с. 54–57
4. Лысыков, В. В., Пестрякова Е. С. Социальное конструирование карьеры менеджера [Текст]/В. В. Лысыков, Е. С. Пестрякова // Вестник Саратовского государственного технического университета. — 2013. — №4. — с. 230–234.
5. Мельцас, Е. Управление персоналом как возможность повышения финансовой устойчивости в современных условиях [Текст]/Е. Мельцас // РИСК: Ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. — 2011. — №1. — с. 580–583.
6. Сальникова, Н. И. Мотивация как «стержень» эффективности управления [Текст]/Н. И. Сальникова // Мотивация и оплата труда. — 2012. — №4. — с. 57–61.

Оценка стоимости недвижимости методом накопления денежных доходов

Мочулаев Валерий Евгеньевич, кандидат экономических наук, доцент
Институт повышения квалификации «Конверсия» — Высшая школа бизнеса (г. Ярославль)

В теории и практике оценочной деятельности широкое применение получил метод дисконтированных денежных потоков (ДДП), в частности, в оценке рыночной стоимости объектов доходной недвижимости и бизнеса, а также в оценке эффективности инвестиционных проектов с целью выбора наиболее эффективного из альтернативных вариантов. Однако практика показала, что применение этого метода в оценке эффективности инвестиционных проектов не дает желаемых результатов. В некоторых работах зарубежных и отечественных ученых появляются критические замечания о методах определения ставки дисконтирования, способах учета фактора времени, составе и содержании показателей, применяемых для оценки эффективности инвестиционных проектов, и др. Имеют место определенные недостатки применения метода ДДП и при оценке рыночной стоимости объектов недвижимости. Например, некорректно применяется сложение текущей стоимости будущих денежных потоков и стоимости реверсии для определения текущей (рыночной) стоимости объекта оценки, так как эти стоимости имеют разные единицы измерения [1]. Создается впечатление, что теория дисконтирования будущих денежных потоков с целью ее приведения к настоящему времени не является научно обоснованной и достоверной. Так, например, в работах [2, 3] достаточно аргументировано доказывается полная несостоятельность применения метода ДДП в оценке инвестиционных проектов. И хотя в этих работах анализируются инвестиционные проекты, которыми являются предприятия, несостоятельность применения аппарата дисконтирования в полной мере отнесется и к оценке рыночной стоимости недвижимости.

Авторы работ [2–4] предлагают свою концепцию оценки эффективности инвестиционных проектов, в которой используется аппарат накопления (наращения),

а не дисконтирования. Будущие денежные доходы от эксплуатации проекта в конце каждого расчетного периода передаются на банковский депозит с начислением по формуле сложных процентов (с капитализацией процентов); при таком способе накопления они в конце расчетного периода приобретают форму капитала и измеряются в тех же единицах, что и остаточная стоимость объекта оценки. В таком виде обеспечивается реальный учет фактора времени, поскольку система банковского депозита деньги множит, а не обесценивает. Таким образом, происходит капитализация текущих денежных доходов и превращение их в капитальную стоимость в конце расчетного периода.

Следует отметить, что отказ от метода ДДП в пользу метода накопления денежных доходов (НДД) позволит создать научно обоснованную методологию оценки стоимости недвижимости доходным подходом. В работах упомянутых выше авторов такая методология оценки стоимости недвижимости не рассматривается. Поэтому возникает необходимость в рамках доходного подхода разработать новый метод оценки стоимости объектов недвижимости на основе применения аппарата накопления будущих доходов.

Предлагается следующая модель оценки стоимости действующего объекта недвижимости методом НДД в случае использования собственного капитала инвестора:

$$PV = \frac{\sum_{t=1}^n C_t (1 + i_t)^{n-t} + M}{I_i}, \quad (1)$$

где

t — номер временного интервала прогнозного периода;

n — число временных интервалов прогнозного периода;

C_t — чистый операционный доход t -го прогнозного периода;

i_t — процентная банковская ставка по вкладам (депозитам) для t -го прогнозного периода;

M — стоимость реверсии, или остаточная стоимость в конце прогнозного периода;

I_n — коэффициент приведения будущих доходов к дате оценки.

При сдаче объекта недвижимости в аренду на срок до одного года значения чистого операционного дохода и процентной ставки устанавливаются постоянными в течение всего прогнозного периода. В этом случае формула (1) имеет частное выражение

$$PV = \frac{\sum_{t=1}^n C(1+i)^{n-t} + M}{I_i}, \quad (2)$$

где

C — чистый операционный доход t -го прогнозного периода;

i — процентная банковская ставка по вкладам (депозитам).

В предложенных моделях оценки стоимости объекта недвижимости новым элементом является коэффициент приведения I_n , который должен учитывать факторы, влияющие на изменение стоимости капитала во времени.

Отметим, что время не обесценивает деньги. Обесценить деньги могут только инфляция, финансовый кризис или другие форс-мажорные обстоятельства, но не время [4].

Что касается учета рисков вложений в недвижимость, то применение на практике метода кумулятивного построения для расчета ставки дисконтирования у многих ученых вызывает возражение, связанное с сомнительным обоснованием возможных рисков и их включением в ставку дисконтирования. Так, в работе [5] отмечается, что «экономический риск — это денежная сумма, которая может быть недополучена и/или переплачена. Поэтому для характеристики экономических рисков необходимо оперировать денежными единицами, а не процентными ставками дисконтирования, значениями волатильности или чем-либо иным».

Для коротких прогнозных периодов (например, сроком до одного года) коэффициентом приведения I_n в формулах (1) и (2) может служить индекс инфляции, так как в реальности договоры аренды объектов недвижимости чаще всего заключаются на период сроком до одного года.

При необходимости для учета экономических рисков в предложенной модели можно применить простой подход к получению набора прогнозных оценок путем прогнозирования денежных потоков и остаточной стоимости по трем сценариям развития: оптимистическому, вероятностному и пессимистическому. Такой подход широко применяется, например, в оценке бизнеса.

Предложенные модели метода НДД (1) и (2) имеют глубоко экономический смысл. Их применение на практике

позволит повысить достоверность расчета текущей стоимости оцениваемых объектов недвижимости.

Проиллюстрируем практическое применение предложенной модели метода НДД. В качестве примера оценки стоимости объекта по формуле (2) используем действующий объект недвижимости — улучшения. Прогнозируются следующие данные объекта оценки: период владения объектом, чистый операционный доход по временным интервалам прогнозного периода, процентная ставка по вкладам, остаточная стоимость объекта в конце прогнозного периода и индексы инфляции по временным интервалам прогнозного периода.

Требуется определить капитализированный доход от каждого вклада (депозита), общий капитализированный доход, сумму общего капитализированного дохода и остаточной стоимости на конец прогнозного периода, индекс инфляции за прогнозный период и текущую стоимость объекта оценки.

При существующей практике сдачи объектов недвижимости в аренду на период сроком до одного года принимаем: прогнозный период — шесть месяцев, чистый операционный доход — постоянный в течение прогнозного периода, годовая процентная ставка по вкладам — на уровне 8% (0,67%/мес.), индексы инфляции — на уровне 1,0%/мес.

Исходные данные и результаты расчета текущей стоимости объекта оценки с применением формулы (2) для шести месяцев прогнозного периода приведены в табл. 1.

Приведем некоторые пояснения к представленным в табл. 1 результатам расчета некоторых показателей, например, результатам расчета периода накопления каждого вклада и расчета накопленного на конец прогнозного периода капитализированного дохода. Накопление каждого вклада (чистого операционного дохода) при его передаче на депозит начинается с конца каждого месяца прогнозного периода. Поэтому период накопления для каждого вклада денежных средств определяется как разность между прогнозным периодом, выраженным числом месяцев, и номером месяца каждого вклада. Например, период накопления вклада, переданного на депозит в конце первого месяца прогнозного периода, будет равен $6-1 = 5$. Будущая стоимость денежной единицы для пятилетнего срока накопления при процентной ставке 0,67%/мес. составит 1,0338. Тогда капитализированный доход вклада первого месяца прогнозного периода составит $10 \text{ тыс. руб.} \times 1,0338 = 10,338 \text{ тыс. руб.}$ Аналогичным образом рассчитываются капитализированные доходы для остальных вкладов.

Для постоянных или переменных значений чистого операционного дохода и процентных ставок по вкладам (депозитам) расчеты накопленных доходов на конец прогнозного периода для каждого вклада значительно упрощаются с применением финансовых калькуляторов, например калькулятора FC-100V.

Таблица 1. Исходные данные и результаты расчета текущей стоимости объекта оценки методом НДД по формуле (2)

Показатели	1-й мес.	2-й мес.	3-й мес.	4-й мес.	5-й мес.	6-й мес.
ЧОД, тыс. руб./мес.	10	10	10	10	10	10
Стоимость реверсии, тыс. руб.	—	—	—	—	—	2400
Процентная ставка по вкладам, %/мес.	0,67	0,67	0,67	0,67	0,67	0,67
Будущая стоимость денежной единицы	1,0338	1,0269	1,0201	1,0134	1,0067	1,0000
Капитализированный доход от каждого вклада на конец периода, тыс. руб.	10,338	10,269	10,201	10,134	10,067	10,000
Общий капитализированный доход, тыс. руб.	—	—	—	—	—	61,009
Сумма общего капитализированного дохода и остаточной стоимости, тыс. руб.	—	—	—	—	—	2461
Месячные индексы инфляции	—	1,01	1,01	1,01	1,01	1,01
Общий индекс инфляции	—	—	—	—	—	1,051
Текущая стоимость, тыс. руб.	2342,0	—	—	—	—	—

Теперь проведем оценку текущей стоимости объекта методом ДДП, сравним ее с оценкой стоимости объекта методом НДД и проанализируем полученные результаты.

Для расчета текущей стоимости объекта методом ДДП используем исходные данные из табл. 1. Так как в методе ДДП используется не процентная ставка по вкладам, а ставка дисконтирования, для сравнения результатов оценки на основе адекватных исходных данных примем в качестве ставки дисконтирования процентную ставку по вкладам. Остальные необходимые исходные данные возьмем из табл. 1.

Результаты расчета текущей стоимости методом ДДП приведены в табл. 2.

Сравнение полученных результатов оценки стоимости объекта показывает, что при одинаковых исходных данных текущая стоимость объекта, рассчитанная методом ДДП (2365,0 тыс. руб.), выше стоимости, рассчитанной методом НДД (2342,0 тыс. руб.). Однако известно, что при использовании в оценке номинальных денежных доходов устанавливаемые номинальные ставки дискон-

тирования значительно выше номинальных процентных ставок по вкладам, так как включают в себя наряду с рисками инфляции и иные прогнозируемые риски. Поэтому при ставках дисконтирования, превышающих процентные ставки по вкладам, результаты оценки текущей стоимости объекта методом ДДП будут значительно ниже результатов оценки, полученных методом НДД. Например, при номинальной ставке дисконтирования в размере 18% годовых без изменения остальных показателей текущая стоимость объекта оценки методом ДДП составит 2252,0 тыс. руб., что значительно ниже стоимости, полученной методом НДД (2342,0 тыс. руб.).

Следует отметить, что основными достоинствами метода НДД являются, прежде всего, возможность последующего контроля достоверности используемых в оценке стоимости объекта оценки исходных и расчетных показателей, таких как чистый операционный доход, ставок по вкладам, накопленных доходов (как по каждому вкладу, так и общих накопленных доходов) за прогнозный период. Кроме того, обеспечивается адекватность момента вре-

Таблица 2. Исходные данные и результаты расчета текущей стоимости объекта оценки методом ДДП

Показатели	1-й мес.	2-й мес.	3-й мес.	4-й мес.	5-й мес.	6-й мес.
ЧОД, тыс. руб./мес.	10	10	10	10	10	10
Стоимость реверсии, тыс. руб.	—	—	—	—	—	2400
Ставка дисконтирования, %/мес.	0,67	0,67	0,67	0,67	0,67	0,67
Текущая стоимость денежной единицы	0,99338	0,98680	0,98026	0,97377	0,96732	0,96092
Текущая стоимость дохода t -го месяца, тыс. руб./мес.	9,9338	9,8680	9,8026	9,7377	9,6732	9,6092
Общая текущая стоимость доходов, тыс. руб./период	58,62	—	—	—	—	—
Текущая стоимость реверсии, тыс. руб.	2306,20	—	—	—	—	—
Текущая стоимость объекта, тыс. руб.	2365,0	—	—	—	—	—

мени определения накопленных (капитализированных) доходов и остаточной стоимости оцениваемого объекта и одинаковые единицы измерения этих показателей, что является методически правильным для суммирования общих капитализированных доходов и остаточной стоимости и их последующего приведения на дату оценки. Фактор времени в методе НДД играет роль множителя доходов, а не их обесценения.

При оценке текущей стоимости объекта оценки методом ДДП указанные выше причины методического характера не позволяют получить такой же положительный эффект, как при оценке методом НДД.

Выводы:

1. Теоретический аппарат ДДП не обеспечивает приведения текущих доходов и остаточной стоимости объекта к общим единицам измерения и использует фактор времени как инструмент обесценения доходов, а не как инструмент их приумножения. Такой аппарат является несостоятельным как в оценке эффективности инвестиционных проектов, так и в оценке стоимости недвижимости.

2. В рамках доходного подхода предложено использовать новый метод оценки недвижимости — метод накопления денежных доходов (НДД). Этот метод основан

на теории накопления (наращения) текущих доходов путем их размещения в банке на депозитных счетах и применения формулы сложных процентов (с капитализацией процентов) в течение прогнозного периода.

3. Фактор времени в методе НДД играет роль множителя денег, а не их обесценения, так как он используется в банковской системе для наращивания денег.

4. Общий капитализированный (накопленный) на конец прогнозного периода доход в банке измеряется в тех же единицах, что и остаточная стоимость объекта оценки. Оба этих показателя учитываются в оценке одновременно и не требуют корректировки по фактору времени.

5. Коэффициент приведения в методе НДД при использовании номинальных денежных потоков учитывает влияние инфляции как основного фактора риска вложений в недвижимость. Дополнительные риски в коэффициенте приведения не учитываются.

6. Применение метода НДД позволяет осуществлять последующий контроль достоверности используемых в оценке стоимости объекта исходных и расчетных показателей (например, чистого операционного дохода), процентных ставок по вкладам, а также накопленных доходов (как по каждому вкладу, так и общих накопленных доходов) за прогнозный период.

Литература:

1. Мочулаев, В. Е. Методические проблемы реализации метода дисконтированных денежных потоков в оценке стоимости недвижимости // Вопросы оценки. 2011. №3. с. 2–8.
2. Дасковский, В. Об учете фактора времени при оценке эффективности инвестиционных проектов // Хранение и переработка сельхозсырья. 2003. №3. с. 9–20.
3. Дасковский, В., Киселев В. Об учете эффективности инвестиций // Экономист. 2007. №3. с. 38–48.
4. Дасковский, В., Киселев В. Фактор времени при оценке эффективности инвестиционных проектов // Экономист. 2008. №1. с. 55–67.
5. Галасюк, В. В., Галасюк В. В. О ставках дисконтирования и природе экономических рисков // Финансовый директор. 2007. №10. с. 69–79.

Определение расчётной стоимости облигаций сроком погашения больше года и долгосрочных займов

Парпиев Жахонгир Илхомжонович, магистр экономики
Наманганский инженерно-педагогический институт (Узбекистан)

В статье исследуются основные подходы к оценке реальной стоимости долгосрочных финансовых вложений для объективного их отражения в бухгалтерском учёте и использования в целях финансового менеджмента.

Ключевые слова: *финансовые вложения, долгосрочные вложения, краткосрочные вложения, реальная стоимость, фактическая стоимость, расчетная стоимость, денежный поток.*

Рассматриваемые виды финансовых вложений (далее именуемые долгосрочные долговые вложения) имеют ряд общих характеристик относительно сроков их пога-

шения и рисков. Если наблюдается наличие обеспечения по таким вложениям, то они рассматриваются отдельно. В таком случае сперва производятся аналитические рас-

четные процедуры по необеспеченным долговым вложениям, а затем проводится корректировка с учетом личного обеспечения и реальной стоимости. Исходя из вышеуказанных критериев, к группе долгосрочных долговых вложений можно включать имеющие аналогичные характеристики другие активы. В кредитных учреждениях государственные ценные бумаги и депозиты, независимо от сроков погашения и других характеристик рассматриваются как отдельная группа финансовых вложений.

Расчетная стоимость долгосрочных долговых вложений определяется как сумма, которую способен уплатить учреждение-должник для погашения своей задолженности в процессе своей обычной деятельности. Если по логическому рассуждению аналитика, вероятность наступления неспособности учреждения-должника продолжать свою основную деятельность высока (например, должник находится на стадии банкротства) то сумма которую будет платить должник в рамках и по установленным Законом Республики Узбекистан «О банкротстве» процедурам при остановке его деятельности или ликвидации, принимается как расчетная стоимость долгосрочного вложения.

В первом случае (должник продолжает обычный ритм деятельности) расчетная стоимость долгосрочных вложений определяется через прогноз чистых денежных потоков:

$$ДСК_{\text{Lim}} = (СП_{\text{тек}}^N + СП_{\text{инв.}}^N + СП_{\text{квб. мол.}}^{\text{квб.}}) \times T_{\text{дск.}}$$

где:

$ДСК_{\text{Lim}}$ — максимальная сумма, которая может быть направлена на покрытие долгосрочных кредитов и займов (граница получения долгосрочного займа), сум;

$СП_{\text{тек}}^N$ — прогнозируемые денежные потоки по текущей деятельности, сум/год;

$СП_{\text{инв.}}^N$ — прогнозируемый чистый денежный поток по инвестиционной деятельности, сум/год;

$СП_{\text{квб. ост.}}^{\text{квб.}}$ — прогнозируемый денежный поток по краткосрочному долгу (остаток поступлений и выбытий), сум/год;

$T_{\text{дск.}}$ — период долгосрочного заимствования, год.

Прогнозируемый денежный поток определяется по средней величине за последние 3–5 лет на основе рассмотренных выше рекомендаций. Если же нет возможности правильно определить денежные потоки инвестиционной деятельности (например, недостаток информации или нарушения ритмичности, годовые изменения более 30–50%) рекомендуется их исключение из расчетов или взять для расчетов их минимальные вели-

чины в течении анализируемого периода. Если величина краткосрочных кредитов и долгов сбалансирована относительно выделяемых для их погашения денежных потоков (остаток краткосрочных кредитов и долгов за последние 2–3 года изменялись не более 10–20%), если по квалифицированному суждению аналитика учреждение-должник не откажется от краткосрочного долга, то последние надо исключать из расчетов в рамках долгосрочных долгов. Период долгосрочных долгов принимается равным периоду, оставшемуся до покрытия долгосрочных долговых вложений, расчетная стоимость которых определяется.

Для определения расчетной стоимости долгосрочных долговых вложений необходимо сопоставить фактическую их стоимость (1-форма) с их предельной величиной. Если фактическая величина долгосрочных кредитов и долгов не превышает предельную величину долгосрочных долговых вложений принимается равным их учетной стоимости (то есть не признается обесценение финансовых вложений). В противном случае расчетная стоимость принимается равным доли учетной стоимости, предельная величина (граница) долгосрочных долгов будет пропорциональна фактической величине долгосрочных долгов:

$$PC = BC * \frac{ДСК_{\text{Lim}}}{ДСЗ}$$

где:

PC — расчетная стоимость долгосрочных долговых вложений, сум;

BC — балансовая стоимость долгосрочных долговых вложений (в день расчетов), сум;

$ДСК_{\text{Lim}}$ — предельная стоимость долгосрочных долговых вложений (в день принятия на учёт), сум;

ДСЗ — фактическая сумма долгосрочных кредитов и долгов учреждения-должника, сум;

При оценке обесценения долгосрочных долговых вложений необходимо проверить превышение (или отсутствие этого) краткосрочных кредитов и долгов учреждения-должника над предельной их величиной. Если наблюдается превышение, все долгосрочные обязательства следует перевести в состав краткосрочных долгов. После этого определяются их расчетная стоимость. Если инвестор в одном и том же учреждении имеет и долгосрочные, и краткосрочные долговые вложения, то сначала определяется расчетная стоимость краткосрочных, затем долгосрочных долговых вложений.

Литература:

1. Вахабов А, Иброхимов А, Ишонкулов Н. «Молиявий ва бошкарув тахлили» Т. «Шарк» 2005 йил.
2. Бланк, И. А. «Управление активами» Киев: Ника центр. 2002 год.
3. Воронцовский, А. В. Управление рисками: учебное пособие. СПбГУ 2000 год.
4. Лапуста, М. Г. Риски в предпринимательности. М: ИНФРА-М 1998 год.
5. РЭДХЭД, К. Управление финансовыми рисками. ИНФРА-М 1996 год.

К вопросу классификации процессов валютно-финансовой интеграции

Петрукович Наталья Геннадьевна, кандидат экономических наук, доцент
Полесский государственный университет (Республика Беларусь, г. Пинск)

Характерной особенностью современной трансформации мировой валютно-финансовой архитектуры, обусловленной нарастанием системной ее нестабильности и стремительно развивающимися дисбалансами в экономике различных государств, является расширение и углубление во всех регионах мира процессов межгосударственной и межрегиональной валютно-финансовой интеграции. Однако, будучи, объективно обусловленной и закономерной, на практике содержательная сторона конкретных ее ситуационных моделей имеет свою весьма существенную специфику. Отсюда важно — давая предельно четкую оценку процессам интеграционного сотрудничества в сфере валютно-финансовых отношений, необходимо в максимальной степени учитывать отмеченные обстоятельства. А поскольку в настоящее время отечественная и зарубежная литература достаточно ограничена по вопросам структуризации в данной области, то считаем целесообразным обозначить свою позицию относительно всего многообразия их проявления. При этом, детальная проработка данного вопроса чрезвычайно важна, так как в дальнейшем может способствовать более четкому осознанию и прогнозированию процессов валютно-финансовой интеграции в различных регионах мира.

Итак, общеизвестно, что исторически процесс объединения и сближения в сфере валютно-финансовых отношений реализуется на глобальном, региональном и субрегиональном уровнях. Как показывает практика, более стремительно проявляется тенденция именно к сближению национальных хозяйств путем формирования определенных геополитических пространств с особыми механизмами взаимодействия, то есть наблюдается стремительное движение к формированию региональных (либо как еще их называют международных, межгосударственных) валютно-финансовых объединений. Классическим примером в этом отношении выступает ЕС, впечатляющие успехи функционирования которого предопределяют создание подобных интегрированных структур в различных регионах мира. Примером тому могут служить: официальная долларизация в странах Латинской Америки, рассматривающих на сегодняшний день возможность по введению региональной валюты сукре (*sucre* — *Sistema Unitario de Compensacion Regional*) и созданию валютной группировки в этом регионе в рамках южноамериканского общего рынка (МЕРКОСУР); планы по созданию зоны свободной торговли и введению коллективной расчетной единицы акио (*acu* —

Asian Currency Union) Ассоциацией государств Юго-Восточной Азии (АСЕАН); функционирование экономического и валютного сообщества государств Центральной Африки (СЕМАК), принятие решения о создании единой денежной единицы афро (*afro*) странами Западноафриканской валютной зоны (ЭКОВАС) и т.д. Данные процессы коснулись также и пространства СНГ: в частности с конца 1999 г. ведутся переговоры по введению единой валюты на территории исследуемого нами белорусско-российского Союзного государства.

Вместе с тем в последнее время на фоне регионального взаимопроникновения денежно-кредитных и валютно-финансовых отношений различных стран можно отметить целенаправленное стремление как к углублению интеграционного сотрудничества, т.е. формированию в рамках региональных блоков субрегиональных очагов интеграции (в этом отношении весьма показательны процессы, протекающие на постсоветском пространстве), так и к укрупнению интеграционных объединений (повсеместная долларизация и евроизация мировой экономики), что выступает начальной стадией интеграции в глобальном масштабе.¹ При этом, учитывая современные тенденции мировой экономики, можно также предположить, что в ближайшем будущем вслед за экономической интеграцией в виде зон свободной торговли между странами, не имеющими границ и/или расположенными на разных континентах, возможно, появятся и получат развитие трансконтинентальные валютно-финансовые объединения.

Помимо развития валютно-финансовой интеграции в территориально-географическом разрезе, наблюдается формирование валютных пространств и вокруг мировых валют «высшего эшелона» — евро, доллара, иены, фунта стерлингов, франка, а также и вокруг региональных валют (в их числе и рубль), роль которых в мировой экономике значительно меньше. Между тем, по оценкам профессора О. Буториной, в ближайшие 10–15 лет будет существовать «...не единая мировая валюта, как предлагали Кейнс и Манделл, не множественность денежных единиц в рамках одного государства, как считал Хайек, и не раздел мира на несколько валютных зон. Костяк новой международной системы составят два-три десятка наиболее значимых денежных единиц, которые посредством новейших технологий будут замкнуты в высокоэффективную сеть скоростных расчетов...» при существовании нескольких «... региональных ареалов продвинутого валютно-финансового сотрудничества» [1].

¹ Известный нобелевский лауреат Манделл разработал план конвертации до 2040 г. всех валют в единую денежную единицу, которая будет называться «деи» (от доллар-евро-иена) либо «интер». Предположительно эмиссией новой валюты будет заниматься Международный управляющий совет [2,3].

Рассматривая валютно-финансовое взаимодействие по составу участников, на сегодняшний день можно говорить об объединении развитых стран, развивающихся стран, стран с переходной экономикой и объединения смешанного типа. При этом союзы высокоразвитых стран в силу их близости не только в экономическом и политическом плане, но и в развитии высоких технологий демонстрируют свою успешность, в то время как периферийные союзы достаточно неустойчивы.

Фактически же, несмотря на существующее в мире разнообразие интеграционных процессов, в настоящее время выделяют следующие общепризнанные модели взаимодействия в сфере валютно-финансовых отношений:

1. западноевропейская модель, основанная на экономическом союзе с последующим введением единой валюты и равноправным участием всех стран в процессах валютно-финансовой интеграции;

2. латиноамериканская модель — представляет собой единое валютно-финансовое пространство, основанное на привязке национальной денежной единицы к более сильной валюте, которая используется при осуществлении внешних расчетов, либо полный отказ от суверенитета в валютной сфере, то есть вытеснение внешней сильной валютой национальных денег из внутреннего обращения;

3. африканская модель — это создание валютного союза на основе привязки расчетной денежной единицы, используемой лишь при проведении внешнеторговых расчетов, к стабильной валюте третьих стран;

4. сочетание же отдельных элементов всех вышеперечисленных моделей определяет комбинированную модель интеграционного взаимодействия. Но здесь следует отметить, что если западноевропейская модель, основанная на устойчивых валютно-финансовых связях, может быть использована преимущественно экономически высокоразвитыми государствами, то элементы латиноамериканской и африканской моделей (например, такие как формирование платежно-расчетной системы и фиксация курсов национальных валют к конвертируемой денежной единице) реализуются как развивающимися странами, так и странами с переходной экономикой.

Кроме того, различают как механическую (насильственную), так и органическую (свободную) формы объединения национальных экономик, что вполне корректно и для процессов валютно-финансовой интеграции. Первая предполагает использование средств принуждения, подчинения, экономического и силового давления. Такими способами в истории формировались все империи и тоталитарные режимы. Фактически такие образования являются псевдоинтеграционными,¹ а их целостность определяется, как правило, тем, насколько удастся изолироваться от воздействия внешнего мира.

В современном же мире по мере усиления и углубления не только валютно-кредитной и банковской глобализации, но и всех сфер общественной жизнедеятельности возможность механической интеграции резко снижается. Поэтому на первый план выходит органическая интеграция, представляющая собой добровольное и взаимовыгодное объединение государств в единую целостность или включение новых дополнительных членов в уже существующую общность. При этом в отличие от механического объединения органическая интеграция обладает стимулирующим эффектом, что позволяет получить такой эффект синергии, какой ни один из участников не имел бы, действуя он автономно. По крайней мере, такой положительный эффект от взаимодействия государств в сфере валютных и финансовых отношений обосновывается теоретически, а на практике на сегодняшний день самым ярким доказательством этому следует считать пример функционирования ЕС.

Если же говорить о соотношении движущих сил, то валютно-финансовую интеграцию можно подразделить на статичную и динамичную. Статичную интеграцию определяют политические устремления, что ведет к форсированию процессов объединения государств, имеющих значительные различия в уровне экономического развития. Наиболее характерными примерами здесь являются попытки объединения и введения единой валюты в странах Африки и на постсоветском пространстве. В противовес ей динамичная интеграция имеет под собой экономическую основу с последующим усилением банковских и валютно-кредитных элементов наднациональности.

Как правило, степень и уровень наднациональности нарастает эволюционно и определяется глубиной формируемых экономических и политических условий интеграционного взаимодействия государств. Нельзя не отметить, однако, что данные процессы протекают на фоне серьезных противоречий и конфликтов. Поэтому к данным вопросам следует подходить особенно осторожно. Так, например, Великобритания, являясь действующим членом Европейского союза, до сих пор отказывается утратить национальный суверенитет в силу сохраняющихся разногласий по ряду ключевых позиций монетарной интеграции в европейском регионе.

Возможен вариант и частичного объединения, когда государства-участники заключают многосторонние соглашения, фиксирующие их взаимные обязательства в банковской и валютно-кредитной сфере, а их реализация возлагается на наднациональные органы каждого государства. В этом случае могут формироваться дополнительные наднациональные органы, деятельность которых ограничивается координацией и контролирующими функциями. По подобному типу развивается интеграция в рамках Ас-

¹ Впервые в экономический оборот данное понятие ввел У. М. Корден. По его мнению, псевдоинтеграционные объединения предполагают фиксацию валютных курсов при стопроцентной их конвертируемости без соответствующего достижения политической интеграции.

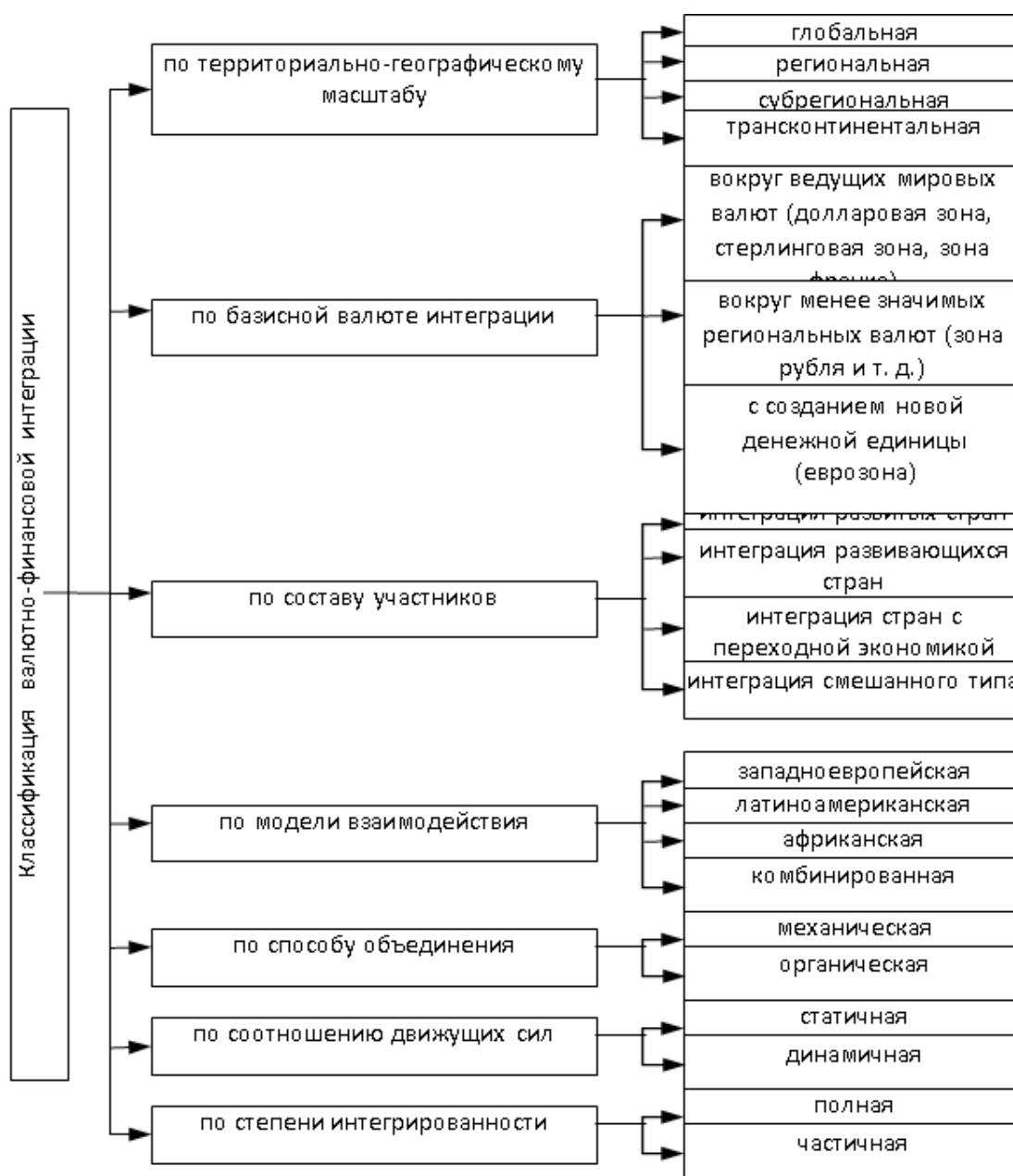


Рис. 1. Классификация процессов валютно-финансовой интеграции

социации стран Юго-Восточной Азии (АСЕАН) и Северо-американской зоны свободной торговли (НАФТА).

Таким образом, проанализировав и обобщив многоаспектные проявления валютно-финансовой интеграции, считаем необходимым отметить, что приведенные подходы к ее классификации (рис. 1) не претендуют быть безупречными, поскольку в них не возможно избежать определенных допущений и условностей. Во-первых, вне связи с другими явлениями и факторами в природе и в обществе ничего не бывает, как не существует и чистых яв-

лений и процессов. Как правило, мы имеем дело с комбинированными формами их выражения, поэтому важно при использовании того или иного термина предельно четко представлять его содержание в каждой конкретной ситуации. А во-вторых, в зависимости от поставленных целей и задач, а также используемых принципов и критериев группировки могут быть различны. Поэтому предлагаемые подходы к изучению процессов валютно-финансовой интеграции следует рассматривать лишь как одни из возможных.

Литература:

1. Буторина, О. Международная валютная система: конец единовластия / О. Буторина // Россия в глобальной политике. — 2003. — Т. 1. № 4. — с. 72–86.

2. Уоллес, Л. Опережая время/Л. Уоллес // Финансы & развитие. — 2006. — сентябрь. — с. 4–7.
3. Шапран, В. Глобализация требует единой валюты/В. Шапран // Валютный спекулянт. — 2003. — декабрь. — с. 50–53.

Оценка стоимости авиакомпании для первой публичной продажи акций

Позняева Вероника Марковна, магистрант

Новосибирский национальный исследовательский государственный университет

В рамках данной статьи рассмотрена методика оценки стоимости компании для выхода на IPO для предприятий одной из отраслей экономики, а именно, пассажирских авиаперевозок. В качестве примера с использованием этой методики посчитана оценка стоимости одной из российских авиакомпаний.

Ключевые слова: Методика оценки стоимости, авиакомпания, отраслевые особенности.

Руководство любого предприятия, стремясь привлечь финансирование за счет выхода с первичным публичным предложением (IPO), должно представить ясную картину стоимости своих активов, доли, занимаемой на рынке, и потенциала роста компании. В ходе подготовки к публичному размещению акций проводится оценка бизнеса, устанавливающая начальный диапазон стоимости акций на бирже. Эта оценка может производиться с помощью различных методик и подходов, в итоге появится множество оценок, которые необходимо объединить и привести к общему результату справедливой стоимости компании.

Целью данной статьи является описание методики оценки стоимости компании для выхода на IPO для предприятий отрасли пассажирских авиаперевозок, которая позволяет произвести оценку с минимальными затратами финансовых ресурсов силами сотрудников финансово-экономического подразделения любой авиакомпании. Использование данной методики позволит авиакомпаниям не прибегать к помощи сторонних оценщиков и сохранить информацию о результатах оценки внутри компании.

Когда оценщик правильно определил вид стоимости, то он должен решить, каким методом она будет рассчитана. Как правило, на практике используются три подхода: доходный, затратный и сравнительный, в рамках каждого из которых существуют различные методы. Ниже данные подходы рассмотрены более подробно.

Сущность **доходного подхода** к оценке бизнеса состоит в том, чтобы определять стоимость предприятия на основе доходов, которые оно способно принести собственнику. Будущие чистые доходы предприятия оцениваются и суммируются с учетом времени их появления (доход, полученный в настоящий момент времени, имеет для инвестора большую ценность, чем такой же доход, который будет получен в будущем) [1].

Как правило, в рамках доходного подхода выделяют следующие методы оценки стоимости компании:

- метод дисконтированных денежных потоков;
- метод капитализации чистого дохода.

Более подробно следует остановиться на методе капитализации чистого дохода, основанного на базовой предпосылке стоимости будущих доходов, которые принесет эта собственность. Сущность данного метода выражается следующей формулой:

$$V = \frac{\text{Чистая прибыль}}{\text{Ставка капитализации}} \quad (1)$$

Метод капитализации дохода в наибольшей степени подходит для ситуаций, в которых ожидается, что предприятие в течение длительного срока будет получать примерно одинаковые величины дохода (т.е. темпы роста будут постоянными).

Согласно аналитическому справочнику [1] различают капитализацию:

- чистой прибыли (после уплаты налогов);
- прибыли до уплаты налогов;
- фактически выплаченных дивидендов;
- потенциальных дивидендов и т.д.

Оценивая авиакомпанию, в рамках доходного подхода удобнее всего использовать метод капитализации чистой прибыли, поскольку в свободном доступе в интернете (на сайте Московской Биржи) имеется информация о ежегодных ставках капитализации для предприятий отрасли пассажирских авиаперевозок, которая обновляется каждый год. Вес, с которым результат использования данного метода должен быть включен в итоговый результат оценки стоимости составляет 0,5–0,6, поскольку вышеозначенный метод наиболее применим и, как правило, оценка, полученная на его основе, наиболее близка к истинной [2].

Ставка капитализации в общем виде рассчитывается по формуле:

$$R_K = R_d - g, \quad (2)$$

где: R_d — ставка дисконтирования;

g — долгосрочный темп роста дохода или денежного потока.

На сайте Московской Биржи представлены среднеотраслевые ставки капитализации, в которых учитывается

ставка дисконтирования и средний по отрасли показатель долгосрочного темпа роста денежного потока

Оценка бизнеса с применением методов *затратного подхода* осуществляется исходя из величины тех активов и обязательств, которые приобрело предприятие за период своего функционирования на основе принципа замещения. Актив не должен стоить больше затрат на замещение его основных частей.

При использовании одного из методов оценки в рамках затратного подхода, предварительно проводится оценка обоснованной рыночной стоимости каждого актива баланса в отдельности, затем определяется текущая стоимость обязательств и, наконец, из обоснованной рыночной стоимости суммы активов предприятия вычитается текущая стоимость всех его обязательств. Результат показывает оценочную стоимость собственного капитала предприятия. В рамках затратного подхода выделяют следующие методы:

- метод чистой балансовой стоимости;
- метод скорректированной балансовой стоимости;
- метод восстановительной стоимости;
- метод ликвидационной стоимости.

При оценке стоимости авиакомпаний возможно использование самого простого метода в рамках затратного подхода — метода чистой балансовой стоимости, но с использованием данных отчетности, составленной по МСФО, поскольку международные стандарты предполагают оценку активов и обязательств компаний по рыночной стоимости, т.е. с учетом всех проведенных переоценок. На сегодняшний момент практически все авиакомпании, являясь предприятиями крупного бизнеса, параллельно ведут отчетность как по РСБУ, так и по МСФО.

Чтобы получить чистую балансовую стоимость активов, из значения валюты баланса вычитают все краткосрочные и долгосрочные обязательства фирмы. В итоге определяется стоимость собственного капитала компании, т.е. значение чистой балансовой стоимости активов. У данного метода существует много недостатков, главный из которых заключается в том, что вышеназванный метод не отражает потенциальной прибыли от активов. Еще одним недостатком метода состоит в том, что чистая балансовая стоимость включает в себя и те активы, учетная оценка которых достаточно высока в балансе из-за проведения их неоднократной переоценки, но их ликвидность не велика (активы реализуются с трудом, либо их реализация вообще невозможна). Эти активы, следовательно, не обладают рыночной оценкой, хотя и включаются в балансовую стоимость предприятия. В целом, метод чистой балансовой стоимости является неточным, вследствие чего, при формировании итоговой оценки, являющейся средневзвешенной величиной оценок, полученных на основе трех разных методов в рамках различных традиционных подходов, ему следует придать малый вес (в диапазоне 0,1–0,2) [3].

Особенность *сравнительного (рыночного) подхода* к оценке бизнеса связана с ориентацией итоговой величины стоимости на рыночные цены купли-продажи акций, принадлежащих сходным компаниям, и на достигнутые финансовые результаты. Сравнительный подход предполагает, что наиболее вероятной ценой бизнеса может быть реальная цена продажи фирмы, зафиксированная рынком. Цена предприятия отражает его производственные и финансовые возможности, положение на рынке, перспективы развития. Следовательно, в сходных предприятиях должно совпадать соотношение между ценой и важнейшими финансовыми параметрами, такими, как прибыль, дивидендные выплаты, объем реализации, балансовая стоимость собственного капитала [1].

Существуют определенные условия, при которых целесообразно использовать сравнительных подход:

- наличие активного финансового рынка, поскольку подход предполагает использование данных о фактически совершенных сделках;
- открытость рынка или доступность финансовой информации, необходимой оценщику;
- наличие специальных служб, накапливающих ценовую и финансовую информацию.

Сравнительный подход предусматривает использование трех основных методов, выбор которых зависит от целей, объекта и конкретных условий оценки.

1. Метод компании аналога.
2. Метод сделок.
3. Метод отраслевых коэффициентов (мультипликаторов).

Поскольку речь идет о предприятиях отрасли авиаперевозок, то в рамках сравнительного подхода правильнее использовать метод отраслевых мультипликаторов, так как в свободном доступе имеется информация как о стоимости акций авиакомпаний, проходивших рыночную котировку, так и значения мультипликаторов, представляющих собой цену акции к доходу фирмы.

При расчете оценки данным методом для одного из предприятий отрасли, будут использоваться мультипликаторы «цена/чистая прибыль» «цена/выручка». Этому методу можно придать достаточно высокий вес (0,4–0,5), поскольку авиакомпании, как правило, не имеют значительных различий, которые могли бы существенно исказить оценку стоимости. Однако, следует учитывать такие различия, как:

- воздействие «административного ресурса», ограничивающего свободу доступа (конкуренцию) покупателей к участию в сделке (лоббирование влиятельных региональных властей в пользу какой-либо фирмы-фаворита);
- переходящие к покупателю устойчивые конкурентные преимущества бизнеса, связанными с факторами его монополизма и «раскрученности»;
- высокоэффективная управленческая технология менеджмента и маркетинга, освоенная предприятием, и соответствующая эффективная управленческая команда.

Формула для расчета стоимости бизнеса методом отраслевых коэффициентов с использованием мультипликатора «цена/чистая прибыль» выглядит следующим образом:

$$P = \frac{P^E}{E^E} * E - D, \quad (3)$$

где: P^E, P — рыночная капитализация сходного предприятия и оцениваемого, соответственно;

E^E, E — чистая прибыль сходного предприятия и оцениваемого, соответственно;

D — корректирующие оценку поправки, повышающие/понижающие рыночную стоимость авиакомпании (как правило, составляют $\pm 15\%$ стоимости).

Получаем универсальную методику оценки стоимости компаний отрасли пассажирских авиаперевозок, которая строится на трех различных методах (метод капитализации дохода, метод отраслевых мультипликаторов и метод чистой балансовой стоимости).

Для примера рассчитаем оценку стоимости одной из российских авиакомпаний, входящей в пятерку лидеров российского рынка.

Стоимость компании согласно методу капитализации чистой прибыли, рассчитанная по формуле (1) с использованием показателя чистой прибыли за 2013 год составляет и ставки капитализации [2]:

$$V = \frac{2\,348\,577\,000 \text{ руб.}}{0,19} = 12\,360\,931\,579 \text{ руб.}$$

Литература:

1. Стратегии бизнеса: Аналитический справочник. Айвазян С.А., Балкинд О.Я., Баснина Т.Д. и др./Под ред. Г.Б. Клейнера. — М.: КОНСЭКО, 1998.
2. <https://moex.com>
3. Дамодаран, А. Инвестиционная оценка: Инструменты и методы оценки любых активов. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2008

Стоимость компании согласно методу чистой балансовой стоимости считается как разность валюты баланса и всех обязательств компании:

$$V = 2\,776\,200\,000 \text{ руб.}$$

При применении метода отраслевых мультипликаторов, сравним рассматриваемую нами авиакомпанию с ОАО «Аэрофлот — Российские авиалинии», поскольку они схожи между собой как по видам деятельности, так и по масштабам. Как упоминалось выше, в рамках рассматриваемой методики будет использоваться мультипликатор «цена/чиста прибыль» ($\frac{P^E}{E^E}$):

$$P = 6,1 * 2\,348\,577\,000 \text{ руб.} * 0,85 = 12\,177\,371\,745 \text{ руб.}$$

Используя вес, с которым тот или иной метод учитывается в итоговой оценке стоимости, получаем результат:

$$P = 0,5 * 12\,360\,931\,579 + 0,1 * 2\,776\,200\,000 + 12\,177\,371\,745 = 13\,827\,614\,687,5 \text{ руб.}$$

Вычисленная нами оценка стоимости авиакомпании достаточно близка к той, которая была получена в ходе оценки рассматриваемой компании независимым экспертом (она составила 13 650 000 000 руб.).

Таким образом, описанная выше методика оценки стоимости авиакомпаний действительно позволяет достаточно точно определить стоимость предприятия и, что особенно важно, когда компания оценивается перед выходом на IPO, она не занижает оценочную цену акций компании.

Marketing aspects of gross cash flow high level formation on emerging service markets due to premium price positioning

Понявина Мария Борисовна, кандидат экономических наук, доцент
Московский государственный университет экономики, статистики и информатики

Maria Ponyavina, Associate to Professor, Ph. D.
Moscow State University of Economics, Statistics and Informatics (MESI),

First of all it is necessary to determine that in this paper the «gross cash flow» will be understood as the difference between cash receipts and payments of the company over a certain period.

At the same time it is expedient to highlight the main assumptions, underlying the current theoretical and practical approach.

First, it is important to consider that nowadays is a significant number of strategies on the issue of determining the optimal quality of goods and services. Here it is essential to specify that according to the branding theory two types of quality are distinguished. That is the quality of the producer which is determined by defined specifications, terms of production, and official national standards, and consumer

quality that is the ability of a product or service to meet a client's expectations. Undoubtedly in this work «the quality» should be understood as the client's quality. Moreover the quality itself should be constantly high, both comparing to competitors and in absolute terms.

Second, the most important criteria for the possibility of using premium pricing is the implementation of an aggressive marketing policy. Permanent holding of advertising and PR-campaigns using traditional media and new media tools to promote active involvement at the point of sales. Development and implementation of loyalty programs, brand building, staff training comparing to the highest standards in the industry, and the application of guerrilla marketing techniques. At the same time an accurate differentiation — deviation from competitors, where one of the key factors can be non-standard high pricing, is needed.

Third, when selecting a price level it is necessary to apply a market approach assuming that the cost enables resort thereto. In setting a premium price, one should determine the average price of similar services in the market, as well as the sales volume relating to them, as well as whether competitors use maximizing profits at the expense of high turnover approach or a marginalized approach. Estimate the market size and the ability to open up new market segments, as well as to compete in the substitute products sector.

In the fourth place it is significant to determine the optimal cost level while forming the cost value allowing both to maintain quality at a high level and to keep the costs within the limits that would guarantee an appropriate level of gross cash flow.

Fifth, duplicating the idea is critical. After working through the mechanism on the example of an individual cluster. It would be effective to develop the concept as a network model that will allow on the one hand to copy already achieved approaches and results, and on the other hand to save on scale. Another important positive aspect of the expansion will be the strengthening position of service brands.

In general, due to the control of the five variables listed above that is: **quality, marketing policy, prices, costs, and scale**. It is possible to maximize the level of gross cash flow by bringing it to the significantly higher market average, which will be discussed later in this paper.

Before understanding the exact level of quality acceptable by the consumer it is important to clarify the requirements of the consumer. First it should be understood what exactly the value of the product to the consumer is. What is meant by the abstract wishes of the consumer? Such as: «comfortable sofa», «tasty coffee» or «economical washing machine».

The next task at this stage will be a comparison of the general characteristics of the product with these requirements and their subsequent measurement. Thus «comfortable sofa» can be converted to the requirement of «a high-backed sofa», «sofa with soft seat», etc., and a wish of «good coffee» — in a «chocolate-flavored coffee», or «coffee with cream», etc. Thus the main objective, which is to de-

fine the product demanded by consumers, with the necessary parameters and the level of quality, most likely would be satisfied.

In the next phase every demand of the consumer should be analyzed and optimized in order to fulfill them later in the product completion. An important step is the selection of such quality parameters previously identified that will not only meet the requirements of the consumer but also ensure the competitiveness of the product in question.

The above activities' result is the manufacturer's ability to develop a product that will meet all the consumers' requirements both in terms of assortment policy and perceived quality.

As to the possibility of the premium price formation. It should be noted that today in a highly concentrated and competitive market it is impossible not to use an aggressive marketing strategy. All measures to attract the target audience such as advertising, PR, custom event activities could be defined under an aggressive marketing strategy. The focus point of such a strategy should be: Uncommon, catchy, and partly shocking to break the usual stereotype, of images and ideas. However many companies using an aggressive marketing strategy is faced with a major problem. The lack of a tangible competitive advantage. This entails imitative embellishment of a product or service, and is often just consumer fraud. This is unacceptable, all the information of this unit must conform to reality otherwise the buyer will feel that he has been deceived.

The focus of differentiation may become the unusually high price for this segment. It is no secret that the qualitative goods or services are offered at industry-standard prices. For many consumers, prices is directly associated with quality. Many believe and that is often wrong and that high prices indicate excellent quality, innovative products and accessories for the buyer of a particular social caste. Not always the price include only financial costs, on the contrary, it can also enable and pay for this «illusion». The illusion of elitism and inaccessibility to certain categories of buyers. Such filling of belonging to a particular product exclusive class of goods among its competitors partly gives birth to such unconventionally high prices. Undoubtedly it would be wrong simply to raise the price with no changes.

Among other things the high price implies service at a better level that in the service sector, for example, it involves not only the presence of functional skilled staff, but also deep knowledge in their field of activity, as well as a sincere wish to help the customer with worthy and practical advice. This underline the need for some Russian companies to become aware of the need for additional training and to organize their own staff training programs, with the objective to increase the knowledge and improve the skills of their employees, for example, the company JSC «VimpelCom» opened its own «University» [2] lately.

A dangerous moment in the development of a brand is the copying of the proposed product or service from others. Thus, according to Jean-Noel Kapferer «Any innovation associ-

Table 1. Hot beverages price study at Moscow's coffee-shops

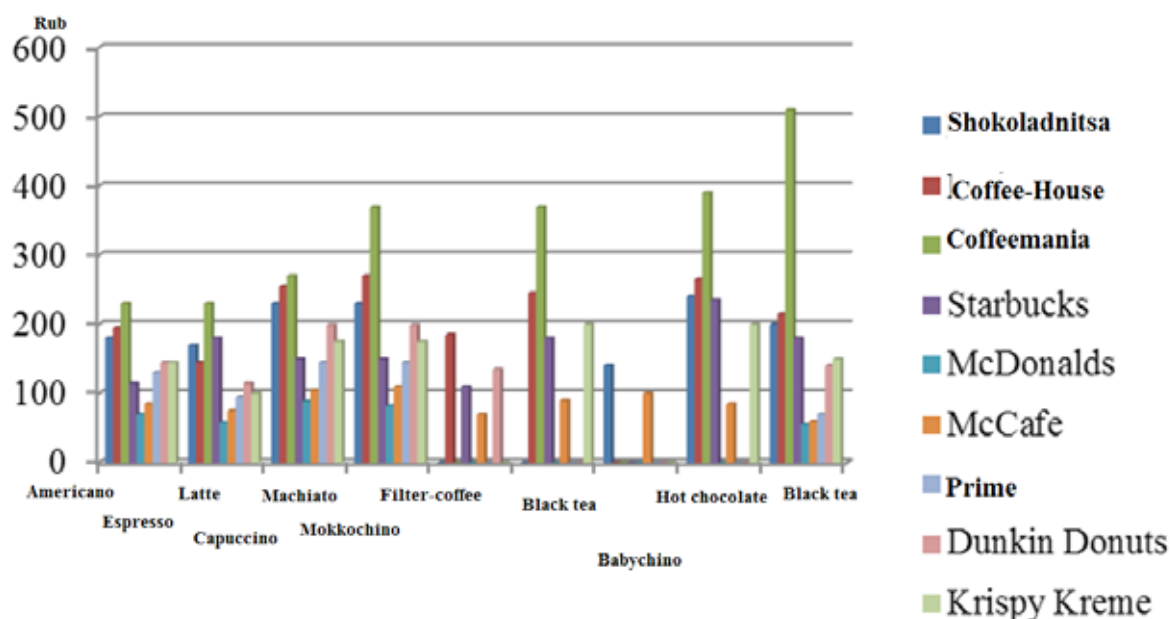


Table 2. Study of single beverage prices at Moscow's coffee shops

	price for drink «americano», at 01.01.2013 rub	price for drink «americano», at 01.06.2013, rub	price for drink «americano», at 01.01.2014, rub.
Russian networks:			
Coffeehouse	155	160	175
Shokoladnitsa	140	150	160
CoffeInn	130	135	150
Coffeemia	200	200	230
Foreign networks:			
Starbucks	90	95	115
McCafe	80	85	95

ated with the brand, inevitably accompanied by plagiarism. Any rapid success becomes the standard to which customers quickly become accustomed». [2, p. 45] Strategies should be in place to retain their positions at the achieved levels, and to constantly improve their own results, because only then consumers will trust them and will return to a brand and will be ready to pay the non-standard high price.

Within the framework of this paper a survey of Moscow's coffee shop prices during 2013 was performed by the author. The results are in the next two tables.

According to the surveys based on the author's research it can be concluded that: All coffee shops offer same menu, and

the same drink, «Americano», this drink has the constant ingredients — coffee and water. Cost of ingredients according to the results of the survey varies slightly.

Thus, we can conclude that the coffee shop chain «Coffeemia» generates a high level of gross cash flow in the coffee market as a result of sufficiently high price; while trying to keep the costs within the market average, which in its turn is driven by the Executives' wish to differentiate their services, to be distinguished among other similar coffee shops, to attract more potential paying customers, and due to the high level of service and product quality in their establishments to make them regular visitors.

References:

1. Jean-Noel Kapferer. The new strategic brand management. Creating and Sustaining Brand Equity Long Term, M.: Vershina, 2007
2. <http://job.beeline.ru/life/univer.wbp>

Модель профессиональных компетенций эффективного консультанта

Пфанштель Вадим Сергеевич, магистрант
Омский государственный университет имени Ф. М. Достоевского

Автором статьи рассмотрены актуальные вопросы формирования профессиональных компетенций в сфере консалтинга. Предложена модель профессиональных компетенций эффективного консультанта. Описаны основные компетенции консультанта, связанные с мотивацией и личностными качествами специалиста.

Консалтинговый бизнес представляет из себя одну из наиболее динамично развивающихся отраслей на российском рынке бизнес-услуг, что вызвано, прежде всего, постоянным поиском предпринимателями новых методов повышения эффективности производства товаров, работ и услуг в условиях нестабильной внешней среды. Большую роль в зарождении и развитии отечественного консалтинга, начиная с 1990-х годов, сыграли стремление специалистов в сфере управления найти коммерческое приложение своим способностям, а также развитие практического менеджмента, прошедшего все этапы становления от административно-командной до рыночной экономики.

Становление рынка консалтинговых услуг — длительный и сложный процесс, поскольку спектр проблем, решаемых консалтингом, очень широк, а на рынке работает большое количество консалтинговых компаний. При этом различные организации могут специализироваться как на предоставлении одного, так и различных видов услуг (проектного, управленческого, налогового, финансового и других видов консалтинга), зачастую вкладывая различное содержание в само понятие «консалтинг», определяемое особенностями и сферой их деятельности.

Особенности формирования рынка консалтинговых услуг в значительной степени влияют на эффективность и качество предоставляемых услуг, которые должны удовлетворять требованиям клиентов и рыночной среды. При этом сама профессиональная деятельность консультанта становится результативной, когда реализованы ее основные цели — удовлетворить потребности клиента и повысить эффективность собственной деятельности.

Цели и задачи, стоящие перед участниками консалтингового рынка, требуют обобщения опыта консультирования, анализа новых тенденций и специфики работы консультантов, требований к их профессиональной компетентности.

Исследованию вопросов повышения эффективности консалтинга посвящены работы ряда зарубежных и отечественных исследователей: М. Кубра, М. Морриса, С. Уидетт, С. Холлифорд, Т. Томсона, Д. Бонито, Р. К. Юксвярава, М. Я. Хабакук, Я. А. Лейман, Е. В. Попова, Ю. А. Шакуна, Е. А. Гореловой, Т. Н. Ананьевой, Э. Ю. Рубиной, М. В. Литовченко и ряда других авторов

Большинство исследователей считают, что в числе основных инструментов обеспечения конкурентных преимуществ консалтинговых компаний можно выделить обеспечение предоставления консультационных услуг более

высокого уровня качества, а также обеспечение широкого спектра услуг, предоставляемых одной компанией в рамках одного «пакета услуг». В понятие «качества консалтинговых услуг», как правило, включают максимально полное удовлетворение и, по возможности, превышение ожиданий клиентов.

Одной из приоритетных целей каждой консалтинговой компании в сфере маркетинга своей деятельности является формирование у клиентов уверенности в четкой и слаженной работе консультантов, обеспечении персонализированного подхода, определения и решения актуальных задач клиента с учетом отраслевой и рыночной специфики его бизнеса.

На основе изложенного, можно сделать вывод, что будущее за теми консалтинговыми компаниями, которые ориентированы на решение следующих первоочередных задач: последовательная удовлетворенность клиента, эффективность в предоставлении консультационной услуги и непрерывное повышение ее качества.

Учитывая, что рынок консалтинга активно и стремительно развивается, одновременно все острее становится и дефицит высококвалифицированных специалистов в данной сфере. В этих условиях актуальной становится разработка эффективной компетентностной модели консультанта. В то же время вопросы разработки и обоснования формирования моделей профессиональных компетенций консультантов остаются малоисследованными.

Разрабатывая модель компетенций консультанта, необходимо учитывать, что в числе наиболее перспективных направлений повышения эффективности работы консультантов в работах ряда авторов (Е. Горелова, Э. Ю. Рубина, М. В. Литовченко) выделены следующие:

- формирование модели консалтинга, учитывающей профессиональные и отраслевые компетенции;
- повышение уровня квалификации и обмен опытом консультантов;
- создание системы измерителей эффективности консалтинговой деятельности;
- создание объединенных команд консультантов по различным направлениям консалтинга;
- публикация и обсуждение результатов с освещением методов консалтинговой деятельности;
- создание «фондов» методов консультирования;
- формирование эффективной системы материального стимулирования (привязка гонорара к результатам процесса) и т. д.

При этом отмечается, что для повышения эффективности своей деятельности консультанты все шире вовлекают клиентов в процесс консультирования, обучают клиентов своим приемам работы, участвуют в реализации предложений. Качественными можно считать только те консультационные услуги, которые бы удовлетворяли и превосходили ожидания клиентов. Первое и очень важное преимущество качества — это высокоэффективный механизм оказания широкого круга консультационных услуг.

Под понятием «Модель эффективного консультанта» Т. Томсон и Дж. Бонито понимают определение и описание ряда личностных характеристик, а также особенностей мотивации, которые связываются с высокопрофессиональным консалтингом [8].

В настоящее время все большее распространение получает компетентностный подход к анализу профессиональных компетенций специалистов в сфере консалтинга. Согласно этому подходу способности консультанта определяются теми компетенциями, которые он использует в своей профессиональной деятельности. В работах ряда авторов выделяются пороговые компетенции, наличие которых — необходимое условие работы в данном бизнесе, а также ключевые компетенции, определяющие конкурентные преимущества данного специалиста [6].

Актуальность компетентностного подхода обусловлена, прежде всего, поиском новых долгосрочных конкурентных преимуществ на рынке консалтинговых услуг и нахождением возможного пути к решению этой проблемы в компетентностной теории. Это исследовательское направление фокусируется на попытке объяснения различий результатов деятельности консалтинговых организаций, в том числе с позиций задействованных компетенций.

При этом необходимо учитывать, что модель профессиональной компетенции консультанта не дает и не может дать полного и развернутого описания всех способностей и свойств, которыми должен обладать консультант, чтобы эффективно осуществлять деятельность. Это связано со спецификой деятельности в каждой из сфер консультирования.

Как правило, модели профессиональной компетенции разрабатываются на основании изучения качеств, присущим специалистам в определенной области. В результате они не отражают качеств, свойственных отдельным людям, а скорее, качества, свойственные группам специалистов. Таким образом, ни один из работников не может одновременно обладать всеми качествами, составляющими данную модель.

Модель является первым этапом в компетентностном подходе к совершенствованию кадрового потенциала консалтинговой организации. Модель имеет своей целью помочь руководителям консалтинговой организации получить более четкое представление о мотивах и свойствах, характерных для высокопрофессиональных работников.

Вторым этапом в компетентностном подходе является разработка плана мероприятий, направленных на совершенствование качеств, обычно связываемых с высоким уровнем профессионализма.

Поскольку модель не основывается на качествах, свойственных в полном объеме одному человеку, она не предполагает развития всех свойств профессионализма у каждого сотрудника, и не предусматривает, что у всех работников эти свойства будут развиваться в ходе одних и тех же мероприятий. В этом смысле, моделирование профессионализма нельзя рассматривать как процесс «тиражирования» высокопрофессиональных работников [7].

При разработке модели также следует учитывать, что описываемые в ней свойства профессионализма основываются на представлении об эффективной профессиональной работе в данный текущий момент времени. В будущем представление о профессионализме может измениться и эти свойства и мотивация останутся либо относительно стабильными, если выполняемая работа останется неизменной, либо если предполагаются значительные изменения сущности работы, нужно будет выполнить новое исследование компетенций. Поэтому целесообразно время от времени пересматривать модели профессионализма, чтобы учесть в них новые работы.

В составе модели обычно указываются лишь основополагающие характеристики эффективного профессионального консалтинга. При этом мотивы и личностные свойства консультанта являются центральным моментом, который обуславливает поведение. Следует отметить, что результаты работы консультанта в значительной степени зависят от личностных характеристик и мотивации.

Предложенная модель имеет своей целью направить процесс совершенствования профессиональных характеристик консультанта в заданное русло — на развитие основных мотивов и поведенческих установок, лежащих в основе эффективного консалтинга. Модель профессиональной компетенции эффективного консультанта представлена на рисунке 1.

В то же время, модель профессиональной компетенции консультанта является лишь одним из элементов механизма повышения эффективности работы консалтинговой компании и составляющей процесса профессионального развития консультантов.

Рассмотрим содержание основных компетенций, входящих в модель компетенций эффективного консультанта.

1) Стремление к высоким профессиональным достижениям выражается в меру развитом стремлении консультанта превзойти своих коллег по степени профессионализма или быть непревзойденным специалистом в своей области. Данная компетенция предполагает ориентированность специалиста на конечный результат консалтинга, при этом не предполагает излишне завышенные требования к работе. От специалиста ожидается реалистичность и способность принимать самое оптимальное решение для данной ситуации.

2) Желание оказать положительное влияние на бизнес клиентов предполагает искреннее желание консультанта в меру своих возможностей способствовать



Рис. 1. Модель профессиональных компетенций эффективного консультанта

повышению профессионального уровня специалистов организации-клиента, организационной структуры консультируемой организации.

3) Заинтересованное отношение к клиентам требует от консультанта заинтересованности в успехе и благополучии клиентов. Консультант должен стремиться получить информацию, которая может понадобиться при дальнейшем сотрудничестве с клиентом.

4) Стремление быть объективным и беспристрастным — уделять должное внимание правам окружающих, стремиться в процессе своей деятельности принимать максимально правильные, с этической точки зрения, решения.

5) Материальная заинтересованность в результатах работы является одной из важнейших компетенций, которая предполагает прямую зависимость качества консалтинговых услуг и степени материального стимулирования работников.

6) Внимание к деталям предполагает со стороны консультанта максимальную степень внимания к деталям бизнеса клиента, хорошую подготовку к решению профессиональных задач.

7) Сила воли специалиста проявляется в том, что он никогда легко не отказывается от поставленных целей

и задач, стремится к рассмотрению проблем с различных точек зрения, использованию различных методов консультирования и т. д.

8) Гибкость мышления требует от консультанта определенной живости ума, способности одновременно решать задачи на нескольких уровнях, гибкости и подвижности психики, способность мыслить, используя метафоры и аналогии.

9) Способность к диагностике предполагает возможность проследить связи между явлениями, не являющиеся очевидными для окружающих, составить ясное представление о технологических, экономических, психологических и иных проблемах клиентов.

10) Уверенность в себе — очевидная уверенность в себе, вызывающая доверие со стороны клиентов.

Модель компетенций не является статичной, ее изменение и развитие происходит в процессе деятельности консалтинговой компании. Процесс управления компетенциями на уровне консалтинговой компании может включать в себя различные этапы.

Чаще всего специалистами выделяются следующие этапы процесса управления компетенциями:

— оценка компетенций, которая включает в себя оценку результатов работы консультанта, оценку знаний,

опыта, потенциала и факторов личной мотивации сотрудника;

— передача и развитие компетенций, в том числе передача опыта и знаний через обучение, повышение квалификации, разработку и реализацию планов развития компетенций;

— формирование ресурсного пула специалистов, обладающих высоким уровнем компетенций (ключевых специалистов) [8].

В процессе управления в компании оценка соответствия консультантов определенным компетенциям может определяться в ходе регулярно проводимой оценки компетенций. Использование определенных процедур оценки компетенций может быть строго индивидуально для каждой консалтинговой компании. При разработке процедур и методов оценки могут быть использованы методы тестирования, наблюдения на рабочем месте, интервью и т.д. Целесообразным представляется, учи-

тывая специфику консалтингового бизнеса, привлекать для оценки эффективности труда консультантов сторонних экспертов.

Поводя итог вышеизложенному, можно отметить, что преимущества предложенной модели компетенций эффективного консультанта в том, что она позволяет представить, какими характеристиками должен обладать консультант в консалтинговой организации, показывает и обосновывает, какие компетенции консультанту необходимо развивать, чтобы повысить эффективность деятельности консалтинговой организации.

Предложенная автором статьи модель может быть использована при разработке должностных регламентов консалтинговой организации, оценке уровня компетенций консультантов, отборе пула ключевых сотрудников, а также при дальнейшем исследовании вопросов разработки и применения компетентностных методов в менеджменте сферы консалтинга.

Литература:

1. Кубр, М. Управленческое консультирование / М. Кубр. — М.: Планум, 2004. — 976 с.
2. Уидетт, С. Руководство по компетенциям / С. Уидетт, С. Холлифорд. — М.: НИРРО, 2008. — 443 с.
3. Юксвярав, Р.К. Управленческое консультирование: теория и практика / Р.К. Юксвярав, М.Я. Хабакук, Я.А. Лейманн. — М.: Экономика, 2004. — 239 с.
4. Рубина, Э.Ю. Профессиональные компетенции консультантов при реализации проектов // Управление проектами. — 2009. — №3 (16). — с. 108–114.
5. Литовченко, М.В. Формирование эффективной модели управленческого консультирования // Экономический журнал. — 2011. — №24. — с. 45–49.
6. Горелова, Е., Ананьева Т. Модели компетенций консультанта и менеджера проекта в бизнес-консалтинге // <http://www.e-executive.ru>.
7. Шакун, Ю.А. Профессиональные компетенции сотрудников, как инструмент конкурентоспособности организации. <http://www.ctgg.ru/>.
8. Томсон, Т., Бонито Д. Обзор модели профессиональной компетенции консультанта // http://www.devbusiness.ru/development/consulting/ccm_5.htm.

Ресурсно-компетентностный подход в стратегическом анализе внешней среды организаций торговли

Пфанштель Вадим Сергеевич, магистрант
Омский государственный университет имени Ф. М. Достоевского

Автором статьи рассмотрены актуальные вопросы стратегического анализа внешней среды организаций торговли. Предложен алгоритм стратегического анализа внешней среды организации торговли, включающий ресурсно-компетентностный подход. Сформулированы методические рекомендации по проведению стратегического анализа внешней среды.

Современные торговые организации функционируют в рамках сложной внутренней и внешней среды, в значительной степени определяющей успешность их финансово-хозяйственной деятельности, взаимоотношения с поставщиками и покупателями, а также накла-

дающей ограничения на выполнение ими тех или иных действий.

При этом, хотя любая торговая организация постоянно находится в состоянии обмена различными видами ресурсов с внешней средой, обеспечивая тем самым себе

возможность выживания, всегда существует возможность того, что организация не сможет получить нужные ресурсы из внешней среды, что может не только ослабить ее потенциал, но и поставить под угрозу само ее существование.

В условиях становления рыночной экономики одной из главных задач управления торговыми организациями является формирование стратегии их развития на основе стратегического анализа приоритетов и целей, внутренней и внешней среды организаций.

Анализ факторов внешней среды торговой организации позволяет выработать стратегические решения, обеспечивающие эффективное взаимодействие торговой организации с внешней средой в краткосрочной и долгосрочной перспективе, которые позволяют поддерживать ее потенциал на уровне, необходимом для достижения стратегических целей и задач, определяя и заключенные во внешней среде угрозы и возможности и своевременно на них реагируя.

Таким образом, стратегический анализ внешней среды представляет собой один из инструментов, благодаря которому руководство торговой организации может создать собственную систему контроля за жизненно важными для нее внешними процессами и ресурсами, разработать и реализовать мероприятия по снижению предпринимательских рисков, причинами которых выступают внешние воздействия, оказывать влияние на поставщиков и конкурентов, а также на спрос на товары со стороны покупателей.

Разработка научных основ стратегического анализа внешней среды организации в условиях отечественного рынка требует решения ряда вопросов, связанных с уточнением методов и подходов к исследованию влияния внешней среды на организацию с позиции современных требований и возможности применения теории в практической деятельности российских организаций в сфере торговли.

Общетеоретические вопросы стратегического анализа широко представлены в трудах зарубежных ученых и базируются на теоретических разработках Г. Минцберга, М. Портера, П. Дойля, А. Томпсона, А. Чандлера, П. Дракера, К. Эндрюса, К. Боумэна, Ж. Ламбэна и других авторов. Вопросам стратегического управления посвящены публикации отечественных ученых В. М. Архипова, Р. А. Фатхутдинова, О. С. Виханского, Б. А. Райзберга, В. Д. Марковой, С. А. Кузнецовой, А. Т. Зуб, В. А. Барина, В. Л. Харченко, Б. В. Прилепского, В. С. Ефремова, А. Н. Петрова, З. И. Виноградовой, В. А. Винокурова и других.

Изучению проблем анализа деятельности организаций торговли, ресурсов и компетенций посвящены работы ряда современных российских исследователей: М. С. Абрютин, Л. П. Волкова, Л. Н. Зинина, А. Л. Карпова, Л. В. Петрова, Н. В. Проскура, Р. П. Пидлыпна, О. Н. Полякова, М. В. Сорокина, Н. Н. Туленкова, Т. И. Арзумановой, Е. А. Карпенко, А. М. Фридмана, Н. В. Егарева и других авторов.

В то же время, несмотря на исследования, проведенные в этой области, недостаточно разработаны вопросы совершенствования стратегического анализа в условиях ограниченных финансовых возможностей, локальных рынков сбыта, нестабильного законодательства.

В современной экономической науке не сформировалось целостное определение понятия «стратегический анализ». Как правило, авторы описывают стратегический анализ как совокупность функций, элементов и этапов. Данное противоречие может быть объяснено отсутствием четкого понимания того, что именно из себя представляет стратегический анализ, какие этапы включает и чем отличается от других видов анализа, в первую очередь от конкурентного и портфельного анализа.

При этом большинство авторов считают основной целью стратегического анализа оценку ключевых воздействий на нынешнее и будущее положение организации и определение их специфического влияния на стратегический выбор.

Стратегический анализ внешней среды организаций, по мнению ряда авторов (Пидлыпна Р. П., Зинина Л. Н., Карпова А. Л. и др.), включает в себя различные этапы: подготовительные, аналитический, ранжирования, заключительного анализа и т. п.

При этом под подготовительным этапом обычно понимается непосредственная подготовка к анализу, которая предусматривает значительное выполнение организационных вопросов, формирование целей, задач, подбор необходимой информации, проверка ее релевантности.

Основной (аналитический) этап предполагает аналитическую обработку входящей информации и расчеты ряда показателей: выявление взаимодействующих факторов и определение направлений и величин их влияния на состояние организации. При этом на данном этапе предусматривается проведение анализа и оценки внешних и внутренних конкурентных факторов, включая комплексную оценку финансовых и нефинансовых показателей организации, прогноз их развития и т. д. [3, с. 80].

Полноценную поддержку принятия стратегических решений в торговой организации может обеспечить только комплексный подход, учитывающий взаимосвязь факторов нестабильной внешней среды, а также их связь с внутренними факторами, ресурсами и компетенциями самой организации, а также интегрированная и правильно организованная система стратегического анализа. Система стратегического анализа в современных условиях может стать достойной альтернативой другим подходам к организации стратегического анализа.

По мнению автора, учитывая существующее многообразие методов и подходов к стратегическому анализу, при проведении стратегического анализа внешней среды может быть использован алгоритм, включающий в себя ресурсно-компетентностный подход, STEP-анализ, Модель Майкла Портера, анализ сводной схемы основных конкурентов. Данный алгоритм позволит обеспечить ин-

тегрированный стратегический анализ внутренней и внешней среды торговой организации.

На рисунке представлен алгоритм стратегического анализа внешней среды организации торговли, разработанный автором на основе изучения различных методов анализа. При этом процесс стратегического анализа в целом может быть условно разделен на 5 последовательных этапов.

Первый, или подготовительный этап, включает в себя действия по сбору, систематизации данных о торговом оборудовании, кадровом, инновационном и финансовом потенциале организации, состоянии и потребностях рынка, а также возможности организации их удовлетворить, с учетом показателей ее конкурентоспособности.

Цель второго этапа стратегического анализа заключается в том, чтобы проанализировать потенциал торговой организации (ресурсы, систему управления, основные показатели финансово-хозяйственной деятельности) и определить основные направления для дальнейшего анализа внешней среды торговой организации.

В том числе целесообразно проанализировать:

- наличие и использование торгового оборудования, торговых площадей, оборотных средств и нематериальных активов;
- систему управления, кадровый потенциал торговой организации;
- структуру и динамику товарооборота организации;
- основные показатели финансово-хозяйственной деятельности;
- систему маркетинга в организации.

Третий этап — стратегический анализ конкурентных преимуществ целесообразно производить с использованием следующих методов:

- STEP-анализ деятельности организации, который позволяет рассмотреть все стороны воздействия факторов внешней среды на торговую организацию;
- анализ внешней среды с использованием модели Портера, позволяющий наглядно структурировать конкурирующие силы на рынке для достижения конкурентоспособности;

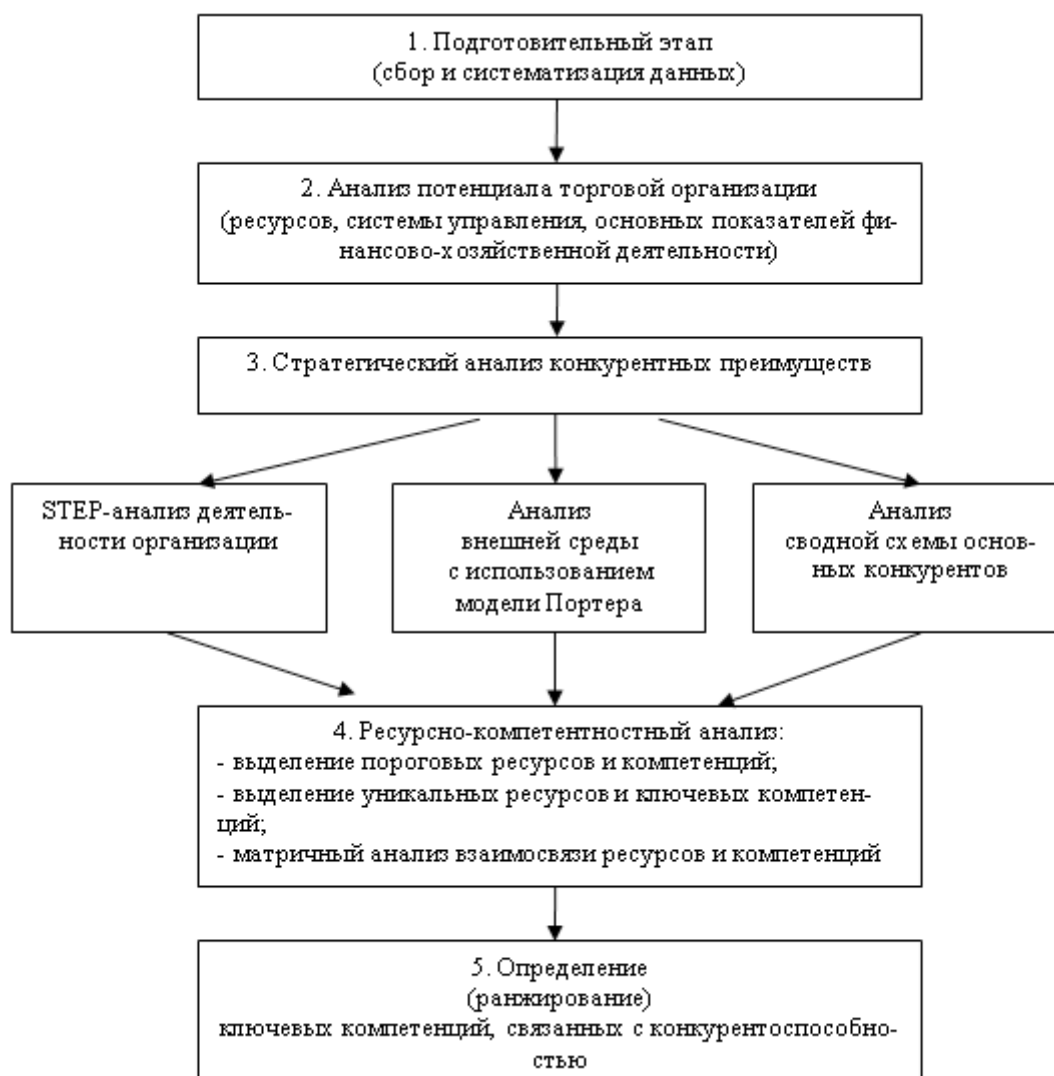


Рис. 1. Алгоритм стратегического анализа внешней среды организации торговли

— анализ сводной схемы основных конкурентов, позволяющий в графической форме проанализировать позицию торговой организации на рынке и выявить ее относительное положение по сравнению с конкурентами.

Выбор методов анализа обусловлен, прежде всего, возможностью охватить основные преимущества, как качественных, так и количественных методов. Тем самым обеспечивается высокая степень достоверности полученных результатов анализа.

На основе данных, полученных в результате анализа, возможно с высокой степенью достоверности выделить необходимые ресурсы и сформулировать компетенции организации.

Четвертый этап — ресурсно-компетентностный анализ, включающий в себя:

- выделение пороговых ресурсов и компетенций;
- выделение уникальных ресурсов и ключевых компетенций;
- матричный анализ взаимосвязи ресурсов и компетенций.

Для каждого конкретного предприятия набор приоритетных компетенций варьируется в зависимости от его размеров, приоритетных направлений деятельности и других факторов. Как правило, список компетенций позволяет усилить стратегию компании, позволяя сосредоточить усилия на развитии наиболее конкурентоспособных направлений деятельности.

Определение (ранжирование) ключевых компетенций, связанных с конкурентоспособностью является завершающим этапом, на основании которого делаются выводы о наиболее приоритетных направлениях развития организации.

В современных условиях стратегический анализ деятельности организаций торговли является комплексным исследованием, направленным на перспективу, а его первоочередная задача заключается в полноценной поддержке стратегических управленческих решений. Анализ внешних факторов среды помогает выработать стратегические решения, обеспечивающие алгоритмы взаимодействия компании со средой в краткосрочной и долгосрочной перспективе, которые позволяют поддерживать ее потенциал на уровне, необходимом для достижения целей, и определять заключенные во внешней среде угрозы и возможности.

В настоящее время ресурсно-компетентностному подходу уделяется пристальное внимание в работах российских и зарубежных авторов. Актуальность применения ресурсно-компетентностного подхода при анализе внешней среды торговых организаций может быть обоснована, прежде всего, поиском организациями новых долгосрочных конкурентных преимуществ на рынке товаров и услуг и нахождением новых путей решения этой проблемы в рамках ресурсной теории. Как научное направление в менеджменте данный подход фокусируется на попытке объяснить возможные различия в результатах деятельности организаций с позиций имеющихся у них ресурсов и компетенций.

Отличие данного подхода от версии о единственном источнике различий в успехе хозяйствующих субъектов как умелом позиционировании на рынке, ресурсная теория основывается на том, что организация сама по себе является существенно значимым фактором, обеспечивающим его отличия относительно других организаций данной сферы деятельности. В каждой организации как в уникальном ресурсе объединены все контролируемые им материальные и нематериальные имущественные объекты, знания, умения, способности и т.д. [5, с. 27].

Взаимосвязь ресурсов организации и ее компетенций может быть установлена различными методами (матричным анализом, методом моделирования и т.д.). Это позволяет выявить наиболее приоритетные, с точки зрения внешней среды, цели и задачи стратегического управления организацией [5, с. 28].

Несмотря на относительно широкое распространение методов экономического анализа в области торговли, методические и организационные аспекты стратегического анализа до сих пор остаются мало исследованными и применяемыми в практике торговых предприятий. Одной из причин этого является то, что стратегический анализ не регламентируется нормативными актами и недостаточно методически обеспечен.

По мнению автора, в качестве пороговых компетенций в деятельности организаций розничной торговли можно выделить следующие компетенции:

— маркетинговые компетенции — знание рынка (основных участников рынка, ситуации, тенденций и перспектив развития рынка, умение прогнозировать развитие ситуации на рынке);

— организационные компетенции — умение организовать эффективную работу персонала сети магазинов в наименьших затратах;

— отраслевые компетенции — знание принципов и методов розничной торговли;

— корпоративная культура — наличие коллективных ценностей и норм (ориентация персонала на успешную деятельность, удовлетворение потребностей покупателей, наличие команды);

— компетенции персонала — базовые знания и навыки персонала, знание экономики и финансов розничной торговли и т.д.

Ключевые компетенции торговых организаций могут включать:

— маркетинговые компетенции — наличие актуальной маркетинговой информации о рынке;

— организационные компетенции — наличие эффективной системы планирования и управления процессом торговли;

— отраслевые — знания и опыт организации и управления торговой деятельностью на всех уровнях иерархии, позволяющие эффективно организовать работу сети;

— корпоративная культура — ориентация персонала на ценности корпоративной культуры, ориентация на потребителя;

— персонал — наличие персонала с торговым образованием, регулярно повышающего свою квалификацию, имеющего собственные ноу-хау.

Задача практически любой торговой организации заключается в выделении наиболее важных ключевых ресурсов и компетенций, которые станут источником устойчивого конкурентного преимущества компании. При этом процесс выделения ключевых ресурсов и компетенций предполагает установление взаимосвязи между различными факторами внутри и вовне организации. Анализ взаимосвязи внутренних условий бизнеса, ресурсов, способностей и компетенций торговых сетей можно произвести с использованием различных экономико-математических методов, в том числе с использованием матричного метода.

Матричный метод на данном этапе анализа позволяет получить данные о том, насколько свойства продаваемых товаров зависят от качества знаний, умений и опыта, коллективно или индивидуально имеющих у работников, то есть от компетенций. На основании анализа матрицы можно сделать выводы о ключевых компетенциях, осно-

вываясь на совокупности предъявляемых требований [2, с. 74].

Таким образом, результатом анализа должны стать не только выводы о эффективности текущей конфигурации бизнес-системы, но и однозначное определение точки максимально эффективного приложения усилий и ресурсов в сфере торговли.

Поводя итог вышеизложенному, можно отметить, что преимущества ресурсно-компетентного подхода заключаются в том, что он позволяет не только четко представить, какими ресурсами и компетенциями должна обладать организация, но и показывает, какие компетенции и ресурсы необходимо развивать, чтобы он обеспечить эффективное достижение стоящих перед организацией стратегических целей и задач.

Предложенный автором алгоритм стратегического анализа внешней среды организации торговли может обеспечить комплексную оценку взаимосвязи факторов внутренней и внешней среды торговой организации и помочь ей выделить наиболее эффективную конфигурацию бизнес-системы.

Литература:

1. Арзуманова Т.И. Экономика и планирование на предприятиях торговли и питания/Т.И. Арзуманова, М.Ш. Мацабели. — Москва: Дашков и К°, 2009. — 272 с.
2. Архипов В.М. Стратегический менеджмент/В.М. Архипов, О.Р. Верховская. — СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2007. — 264 с.
3. Дойль П. Менеджмент: стратегия и тактика/П. Дойль. — СПб.: Питер, 2009. — 560 с.
4. Ефремов В.С. Ключевая компетенция организации как объект стратегического анализа/В.С. Ефремов, И.А. Ханьков // Менеджмент в России и за рубежом. — 2012. — №2. — с. 74–79.
5. Зинина Л.М. Стратегическое управление предприятием: структурно-функциональная модель/Л.М. Зинина, Л.Н. Ефремова // Менеджмент и маркетинг. — 2011. — №9. — с. 79–81.
6. Карпов А.Л. Стратегическое и тактическое в конкурентном поведении предприятия/А.Л. Карпов // Проблемы современной экономики. — 2010. — №2 (34). — с. 65–69.
7. Минцберг Г. Стратегический процесс/Г. Минцберг, Дж.Б. Куин, С. Гошал. — СПб.: Питер, 2001. — 698 с.
8. Пидлыпна Р.П. Анализ стратегий деятельности торговых предприятий/Р.П. Пидлыпна // [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://be5.biz/ekonomika1/2010/10prpdtpr.htm>.
9. Портер М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов/М. Портер. — М.: Альпина Паблишер, 2011. — 454 с.
10. Проскура Н.В. Оценка эффективности функционирования розничной торговли/Н.В. Проскура // Проблемы современной экономики. — 2009. — №3 (31). — с. 19–22.

Основные направления государственной поддержки малого и среднего бизнеса в Республике Коми

Ромашова Татьяна Владимировна, кандидат юридических наук, доцент;
Михалева Галина Владимировна, старший преподаватель
Ухтинский государственный технический университет (Республика Коми)

Немаловажным условием развития малого и среднего бизнеса в республике является наличие инфраструктуры поддержки малого и среднего предпринимательства

как на уровне Республики Коми, так и на муниципальном уровне. Предназначение инфраструктуры поддержки малого и среднего предпринимательства заключается в ока-

зании поддержки бизнесу на разных стадиях его развития преимущественно на бесплатной (льготной) основе. Основными видами поддержки, реализуемыми организациями инфраструктуры, должны стать финансовая, консультационная и информационная поддержка.

Основные направления реализации государственной политики в сфере развития малого и среднего предпринимательства связаны как с необходимостью повышения конкурентоспособности данной сферы в целом, так и отдельных аспектов ее деятельности. В соответствии с установленными направлениями разрабатываются конкретные меры развития и поддержки малого и среднего предпринимательства и определяются механизмы их реализации [1].

Государственная поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства в отраслевом ракурсе формируется на основе приоритетных видов деятельности, определенных на долгосрочную перспективу. При этом преимущественная поддержка будет оказываться малому и среднему бизнесу в инновационной сфере, созданному, в том числе, на базе высших учебных заведений и научных учреждений республики. Отдельным аспектом развития малого предпринимательства должно стать развитие народно-художественного промысла и ремесленничества. По своему содержанию данный вид деятельности малого предпринимательства имеет самобытный и художественный характер, который направлен на позиционирование Республики Коми и сохранение индивидуального творческого подхода к своему ремеслу. Предпосылкой для реализации государственной политики в сфере развития малого и среднего предпринимательства должно стать создание положительного имиджа предпринимательства. Пропаганда добросовестной предпринимательской деятельности, формирование миссии малого и среднего предпринимательства в социально-экономическом развитии республики как достойной и общественно полезной деятельности является необходимым условием реализации государственной политики в сфере развития малого и среднего предпринимательства. Решение поставленной задачи во многом будет способствовать стимулированию потенциально возможных предпринимателей, особенно находящихся в «социальной группе риска» (женщины, молодежь, уволенные военнослужащие, безработные и др.), к созданию своего бизнеса [2].

Развитие кадрового потенциала малого и среднего предпринимательства является залогом реализации государственной политики в сфере малого и среднего предпринимательства и необходимым фактором для успешного становления и развития бизнеса. Повышение уровня менеджмента предпринимателей и профессионального мастерства их наемных работников должно осуществляться как с учетом востребованности предпринимателей в тех или иных формах и программах обучения, так по принципу «опережающего обучения», направленного на предупреждение потребностей предпринимателей в тех или иных знаниях. Образовательные программы должны соответ-

ствовать целевой аудитории слушателей и обеспечивать максимальный уровень обучения в рамках установленных образовательных часов [3].

Немаловажным условием развития малого и среднего бизнеса в республике является наличие инфраструктуры поддержки малого и среднего предпринимательства как на уровне Республики Коми, так и на муниципальном уровне. Предназначение инфраструктуры поддержки малого и среднего предпринимательства заключается в оказании поддержки бизнесу на разных стадиях его развития преимущественно на бесплатной (льготной) основе. Основными видами поддержки, реализуемыми организациями инфраструктуры, должны стать финансовая, консультационная и информационная поддержка [4].

В соответствии с утвержденным регламентом работы в 2012 году было проведено 4 заседания Координационного совета по малому и среднему предпринимательству при Правительстве Республики Коми [5].

В ходе заседаний были приняты решения по вопросам перспективного развития малого и среднего предпринимательства на территориях муниципальных образований республики, по проблемам развития инфраструктуры поддержки малого и среднего предпринимательства, проанализированы и приняты решения по ситуациям в связи с применением принятых законодательных и нормативных актов в сфере малого и среднего предпринимательства.

В 2012 году в Республике Коми в сфере малого и среднего предпринимательства приняты:

— распоряжение Правительства РК от 16.02.2012 №34-р о Концепции развития малого и среднего предпринимательства в Республике Коми на период до 2020 года;

— распоряжение Правительства РК от 05.08.2012 №315-р об Основных направлениях развития народных художественных промыслов и ремесел в Республике Коми на период до 2020 года;

— постановление Правительства РК от 20.04.2012 №156 «О внесении изменений в постановление Правительства Республики Коми от 14 сентября 2010 г. №262 «О долгосрочной республиканской целевой программе «Развитие и поддержка малого и среднего предпринимательства в Республике Коми (2011–2012 годы)» и в постановление Правительства Республики Коми от 20 декабря 2011 г. №450 «О мерах по реализации Закона Республики Коми «О республиканском бюджете Республики Коми на год»;

— постановление Правительства РК от 23.05.2012 №205 «О внесении изменений в некоторые решения Правительства Республики Коми и признании утратившими силу некоторых решений Правительства Республики Коми»;

— постановление Правительства РК от 26.09.2012 №411 «О внесении изменений в постановление Правительства Республики Коми от 14 сентября 2010 г. №262 «О долгосрочной республиканской целевой программе «Развитие и поддержка малого и среднего предпринимательства в Республике Коми (2011–2012 годы)»;

— постановление Правительства РК от 07.12.2012 №545 «О внесении изменений в постановление Правительства Республики Коми от 14 сентября 2010 г. №262 «О долгосрочной республиканской целевой программе «Развитие и поддержка малого и среднего предпринимательства в Республике Коми (2011–2012 годы)»;

— Закон Республики Коми от 05.12.2012 №134-РЗ «О внесении изменений в Закон Республики Коми «Об установлении ставки налога, взимаемого в связи с применением упрощенной системы налогообложения для отдельных категорий налогоплательщиков, выбравших в качестве объекта налогообложения доходы, уменьшенные на величину расходов».

Принято 46 приказов Министерства экономического развития Республики Коми, связанных с реализацией долгосрочной республиканской целевой программы «Развитие и поддержка малого и среднего предпринимательства в Республике Коми (2011–2012 годы)» в 2012 году.

В 2012 году в рамках долгосрочной республиканской целевой программы «Развитие и поддержка малого и среднего предпринимательства в Республике Коми (2011–2012 годы)» реализованы мероприятия в сфере финансовой, кадровой, информационной, консультационной поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства, имущественной поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства и организаций, образующих инфраструктуру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства, поддержки организациям, образующим инфраструктуру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства и поддержки муниципальных (межмуниципальных) программ развития малого и среднего предпринимательства.

На финансирование мероприятий Программы было направлено 119,4 млн. рублей в 2012 году, из них 65,8 млн. рублей за счет средств республиканского бюджета Республики Коми и 53,6 млн. рублей за счет средств субсидий из федерального бюджета, предоставленных Республике Коми по результатам участия в конкурсном отборе субъектов Российской Федерации на государственную поддержку малого предпринимательства, включая крестьянские (фермерские) хозяйства.

По итогам на 01.01.2013 года государственная финансовая поддержка оказана на сумму 65,0 млн. руб., в том числе 45,1 млн. руб. за счет средств республиканского бюджета Республики Коми и 19,9 млн. рублей — из средств федерального бюджета.

Финансовую поддержку получили 234 субъекта малого и среднего предпринимательства.

В 2012 году начал выдачу гарантий (поручительств) ОАО «Гарантийный фонд Республики Коми». По итогам года было выдано 24 гарантии (поручительства) на общую сумму 54,8 млн. рублей.

На реализацию мероприятий по оказанию кадровой поддержки 480 субъектам малого и среднего предприни-

мательства и гражданам, желающим организовать собственное дело, в 2012 году выделены средства в общем объеме 2662,5 тыс. рублей, в том числе:

— за счет средств республиканского бюджета Республики Коми — 1272,5 тыс. рублей;

— за счет субсидии из федерального бюджета — 1390,0 тыс. рублей.

Проведено 3 мастер-класса: «Современные технологии изготовления изделий народных промыслов и ремесел из бересты», Мастер-класс по парикмахерскому искусству, Мастер-класс по традиционному узорному вязанию. Общее количество участников мастер-классов составило 139 субъектов малого и среднего предпринимательства.

Проведено 16 обучающих семинаров ГУП Республики Коми «Бизнес-инкубатор», в том числе:

— 6 семинаров по 72-часовой образовательной программе «Основы предпринимательской деятельности»;

— 7 семинаров по 110-часовой образовательной программе «Менеджмент в малом и среднем бизнесе»;

— 2 семинара по 50-часовой образовательной программе «Возможности участия субъектов малого предпринимательства в системе государственного, муниципального заказа и в торгах корпоративных участников»;

— 1 семинар по 50-часовой образовательной программе «Технологии продвижения инноваций в малом и среднем бизнесе (опыт Финляндии)».

Общее количество участников семинаров составило 337 субъектов малого предпринимательства и граждан, желающих организовать собственное дело.

В рамках Программы велось информационное сопровождение и обеспечение функционирования в сети «Интернет» специализированного интернет-портала малого бизнеса — www.mbrk.ru. В 2012 году создана новая редакция сайта специализированного интернет-портала малого и среднего бизнеса — www.mbrk.ru.

По итогам 2012 г. было зафиксировано 37952 посетителя и 57471 просмотров материалов сайта. Среднесуточная посещаемость сайта за 2012 год — 115 посетителей.

Состоялось 18 выпусков телепередач «Такой большой малый бизнес» на Коми республиканском телевизионном канале («Юрган») и 9 выпусков материалов в республиканских печатных средствах массовой информации по тематике малого и среднего предпринимательства.

В течение 2012 года Минэкономразвития Республики Коми совместно с администрациями муниципальных образований проведено 34 семинара по вопросам поддержки малого и среднего предпринимательства с представителями предпринимательских сообществ и органов местного самоуправления. Общее количество участников составило 983 чел.

В порядке имущественной поддержки в 2012 году по итогам конкурсного отбора бизнес-планов проектов 8 субъектов малого предпринимательства получили право на использование офисных и производственных пло-

щадей государственного унитарного предприятия Республики Коми «Республиканское предприятие «Бизнес-инкубатор» на условиях льготной арендной платы.

Продолжила свою работу, созданная в рамках Программы, Консультационная приемная для предпринимателей Республики Коми, с использованием дистанционного Интернет-консультирования («Скорая консультационная помощь»). Оказано 424 консультаций предпринимателям и гражданам, желающим открыть свое дело.

В целях создания условий по развитию межрегионального сотрудничества и внешнеэкономической деятельности посредством обеспечения консультационных услуг в Республике Коми обеспечена деятельность регионального информационно-аналитического центра Евро Инфо Корреспондентский центр — Республика Коми (далее — Евро Инфо Корреспондентский центр).

В 2012 году специалистами центра проведено 524 консультаций по вопросам предпринимательской деятельности, 108 консультаций субъектам малого и среднего предпринимательства осуществляющим и 163 планирующим ведение экспортно-импортных операций, оказано 27 маркетинговых услуг, проведено 27 презентаций деятельности центра.

В 2012 году из средств республиканского бюджета Республики Коми предоставлены субсидии на возмещение части расходов, понесенных организациями, образующими инфраструктуру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства, и связанных с обеспечением их деятельности, в объеме 260,6 тыс. руб.

В декабре 2012 года было создано ОАО «Микрофинансовая организация Республики Коми», единственным учредителем которой от имени Республики Коми выступило Агентство Республики Коми по управлению имуществом. Главная цель деятельности организации — это обеспечение доступа малых и средних предприятий и организаций инфраструктуры поддержки малого и среднего предпринимательства к финансовым ресурсам, посредством предоставления им займов. В качестве вклада в уставный капитал общества Республикой Коми были внесены денежные средства в размере 18,985 млн. рублей, в том числе 14,8 млн. руб. за счет субсидии из федерального бюджета, предоставленной Республике Коми на реализацию мероприятия государственной поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства «Содействие развитию микрофинансирования».

В рамках поддержки муниципальных программ развития малого и среднего предпринимательства 15 муниципальных образований Республики Коми получили право на софинансирование муниципальных программ

развития и поддержки малого и среднего предпринимательства, в том числе: городские округа «Инта», «Воркута», «Сыктывкар»: муниципальные районы «Печора», «Сосногорск», «Сыктывдинский», «Сысольский», «Койгородский», «Усть-Цилемский», «Прилузский», «Усть-Куломский», «Княжпогостский», «Усть-Вымский»; городские поселения «Жешарт» и «Емва».

В порядке софинансирования мероприятий муниципальных программ развития предпринимательства в 2012 году было направлено 36837,8 тыс. руб., в т.ч. 7,9 млн. руб. за счет средств республиканского бюджета Республики Коми и 28,8 млн. руб. за счет средств федеральных субсидий.

Итоги реализации программы «Развитие и поддержка малого и среднего предпринимательства в Республике Коми (2011—2012 годы)» в 2012 году

Объем финансирования Программы в 2012 году составил 119,4 миллиона рублей, в том числе: 65,8 миллионов рублей за счет средств республиканского бюджета Республики Коми и 53,6 миллионов рублей за счет средств федеральной субсидии.

По итогам года средства республиканского бюджета, предусмотренные на реализацию программных мероприятий в 2012 году, были освоены в объеме 65,4 млн. руб., что составило 99,3% от планового показателя. Освоение средств федеральной субсидии составило 52,2 млн. руб. или 97,5% от привлеченных средств.

На основании статистических данных наблюдается рост количества индивидуальных предпринимателей и снижение количества малых и микропредприятий.

В 2012 году произошло снижение количества занятых в организациях малого и среднего предпринимательства, что не повлияло на изменение темпов роста оборота малых и средних организаций.

Результативность внедрения программ государственной поддержки малого и среднего бизнеса в Республике Коми высокая, что подтверждается расчетами, основанными на государственных методиках определения результативности. Однако государственную поддержку получают далеко не все предприниматели, нуждающиеся в таковой. Отбор претендентов на получение государственной помощи осуществляется на основании представленных бизнес-планов проектов, которые зачастую не отражают всей действительности, а также приоритетными остаются проекты, направленные на поддержание традиционных национальных ценностей коми народа. Возможно, было бы правильнее разделять проекты в зависимости от значимости для экономики Республики Коми и выделять отдельно проекты, направленные на поддержание народных ремесел.

Литература:

1. Оганесян, Т. По завету Кампанеллы // Эксперт. — 2010. — № 12. — с. 88—92.
2. Александрова, Е. Н., Рындина И. В. Инновационный фактор национальной и региональной конкурентоспособности региона // Региональная экономика: теория и практика. — 2010. — № 4. — с. 11—21.

3. Гурков, И. Аврамова Е., Тубалов В. Конкурентоспособность и инновационность российских промышленных предприятий // Вопросы экономики. — 2011. — № 2. — с. 40–52.
4. Виноградова, А. Концепция региональной инновационной системы // Экономика и управление. — 2011. — № 5. — с. 81–87.
5. Распоряжение Правительства РФ от 06.07.2006 N 977-р «О Концепции Федеральной целевой программы «Исследования и разработки по приоритетным направлениям развития научно-технологического комплекса России на 2007–2012 годы» // СЗ РФ. — 2006. — № 29. — ст. 3258.
6. Республика Коми в цифрах: Краткий статистический сборник/Комистат. — Сыктывкар, 2013 // <http://komi.gks.ru/>
7. Ромашова, Т. В., Михалева Г. В. К вопросу о государственной поддержке малого бизнеса в Республике Коми // Гуманитарные исследования. — 2010. — № 8. — с. 11–17
8. Ромашова, Т. В., Щербина Е. Д. Исследование состояния малого и среднего бизнеса в Республике Коми // Гуманитарные исследования. — 2011. — № 10. — с. 39–47
9. Ромашова, Т. В., Артеева З. А. Направления государственного регулирования и формы поддержки бизнеса в РК // Гуманитарные исследования. — 2013. — № 14. — с. 3–6.

Международная практика контроллинга (немецкая и американская модели)

Рудычев Анатолий Андреевич, доктор экономических наук, профессор;

Бугаенко Людмила Витальевна, аспирант

Белгородский государственный технологический университет имени В. Г. Шухова

В статье рассматриваются концептуальные и методические аспекты контроллинга, значимые для его успешного внедрения в практику российских предприятий. Представлена эволюция контроллинга за достаточно длительный период. Проанализированы существующие подходы к определению роли и места контроллинга в системе управления.

Ключевые слова: *контроллинг, управленческий учет, исторические этапы развития контроллинга, американская и немецкая модели контроллинга.*

Переход экономики России на рыночные условия хозяйствования predetermined те изменения, которые происходят в планировании, учете, контроле производственно-хозяйственной деятельности и всей системе управления предприятиями. Изменились не только экономические приоритеты, ставившие во главу угла интересы государства, общественное благо, удовлетворение потребностей трудящихся, другими стали цель предпринимательства, средства ее достижения, экономическая основа общества. На первом месте сейчас интересы собственников предприятий, их акционеров, персонала. Только при удовлетворении каждого может быть обеспечено богатство общества. Изменились цели производства, методы их достижения, средства обеспечения. Поэтому остро встал вопрос поиска новой системы планирования, учета и контроля производственно-хозяйственной деятельности предприятий и организаций.

Сегодня количество промышленных предприятий, внедряющих систему «корпоративного управления результативностью», неуклонно растет. Такое внимание к контроллингу объясняется тем, что он надежно ориентирует предприятие в рыночных отношениях по сравнению

с прежними системами планирования и учета, а потому неудивительно, что данной теме уделяется все больше внимания [6, с. 25].

Под контроллингом понимается упреждающий контроль на основе наблюдения за изменениями объекта. Понятие «контроллинг» произошло от английского «to control» — контролировать, управлять, которое в свою очередь происходит от французского слова, означающего «реестр, проверочный список» [2].

Контроллинг рассматривается как система информационно-аналитической, методической и консультационной поддержки управления, и направлен на обеспечение соответствующей поддержки таких направлений управленческой деятельности в организациях как:

- 1) планирование, организация и контроль процесса продажи товаров;
- 2) финансовый менеджмент организаций;
- 3) управление процессами снабжения;
- 4) управление инвестиционной деятельностью;
- 5) управление персоналом организации.

Предпосылки формирования и развития контроллинга как системы менеджмента предприятия были предопреде-

лены исторически. В своем современном виде контроллинг сформировался лишь к XX веку, и его развитие происходило в рамках общей эволюции учетной мысли. Несмотря на это проследить развитие контроллинга до данного этапа представляется сложным по ряду причин:

1) во-первых, поскольку контроллинг как отдельная научная дисциплина был оформлен в XX веке, ранее можно было говорить о формировании лишь отдельных его инструментов;

2) во-вторых, имеющиеся данные прошлых эпох не отражают реального развития учетной мысли в связи с потерей значительного массива материальных носителей, а также неоднозначности трактовок;

3) в-третьих, проще всего проследить развитие контрольной составляющей контроллинга, хотя очевидно, что эти понятия не тождественны [3].

Значительный вклад в формирование контроллинга внесли разработки немецкой и, особенно, англо-американской школы. Предпосылки формирования и развития контроллинга как системы менеджмента предприятия были предопределены исторически. Общеизвестно, что контроллинг впервые появился в Германии, его прародителем считается Альбрехт Дайле — основатель компании Controller Akademie. Пионер контроллинга сделал не мало для того, чтобы существовало единое понимание задач и роли контроллера в компании. С конца XX века контроллинг используется как управленческая функция, причем преимущественно в компаниях Германии, Австрии и Швейцарии.

Несмотря на то, что наиболее полно система контроллинга как система управления была впервые описана и применена в США, данный термин там почти не используется. Вместо него в англоязычных странах (таких как США и Великобритания) применяется понятие «управленческий учет» (managerial accounting, management accounting), в рамках которого и решается весь комплекс задач контроллинга.

Анализ ситуации показывает, что сферы контроллинга и финансов на предприятиях ФРГ, как правило, организационно разграничены. Стоит отметить, что швейцарские и немецкие контроллеры понимают свое место в организационной структуре предприятия несколько иначе, чем их американские коллеги. Система контроллинга на предприятиях США в большинстве случаев включает финансы и управленческий учет, но не отвечает за проблемы информатики.

Немецкая модель контроллинга включает себя и бухгалтерский учет, и информационный менеджмент. При этом информационное обеспечение в контроллинге затрагивает не только процесс оперативного бюджетирования, но и стратегического планирования. То, что намечено в стратегических прогнозах, должно подтверждаться ежедневной оперативной управленческой политикой. Отсюда следует, что многостороннее сопровождение менеджмента требует наличия компетентной в различных областях и сильной в методическом отношении контроллинговой службы.

Однако для успешной работы контроллер должен обладать не только юридическим мышлением, но и логикой внешнего бухгалтерского (финансового) учета.

В сфере контроллинга верным считается то решение, которое на самом деле работает, копируется для будущего и по опыту кажется применимым в большинстве практических случаев. В этом случае последнее слово за клиентом, то есть менеджером, который работает с информацией, подготавливаемой контроллером, и принимает на ее основе управленческие решения.

Поскольку финансы и налоги предметы одной области, поэтому финансовая бухгалтерия, бухгалтерская отчетность с балансом и отчетом о движении денежных средств хорошо вписываются в логику образа мышления «дебет-кредит»: в пассиве — использование ресурсов, в активе — их происхождение. Для того чтобы управлять финансами, необходимо придерживаться принципа и формы дебетового и кредитового выражения. Тем самым финансы, налоги и балансоведение вместе логически подходят друг другу.

Контроллер выступает в качестве архитектора системы планирования на предприятии, в такой же степени отвечая за интеграцию всего финансового комплекса, как и за интеграцию планирования в маркетинге, в научно-исследовательских разработках и в техническом обеспечении. Контроллер отвечает за планирование на предприятии, что же касается непосредственно конкретно запланированного, то это находится уже в компетенции менеджера, который и несет ответственность за внутреннее содержание плановых цифр.

Контроллер, кроме того, отвечает за открытость, информационную прозрачность результатов деятельности предприятия. Это выражается в том, что контроллер отвечает за общую логику и инструментарий при обеспечении гласности на предприятии, что рекомендуется предусмотреть организационно.

При этом понятно, что на малых предприятиях самые разнообразные функции выполняет одно и то же лицо. Если на малом предприятии работает руководитель отдела продаж, то он одновременно и финансовый руководитель, и контроллер, и руководитель отдела кадров, и он же отвечает за управление фирмой в целом. Даже если в иерархии малого предприятия предусмотрена должность наподобие контроллера, на практике ее занимает бухгалтер. Именно калькуляция связывает маркетинг, технику и то, что принято называть способностью решения стратегических проблем предприятия.

Для осуществления контроллинга как функции управления на предприятии должны быть созданы структурные единицы, которые бы осуществляли централизованно разработку планов и контроль за их реализацией. Такими службами выступают отдел контроллинга и отдел планирования. Служба контроллинга не решает что планировать, а лишь дает рекомендации о том, как и когда планировать, и оценивает возможность реализации запланированных мероприятий.

Исходя из всего вышесказанного, стоит отметить, что в современных рыночных условиях контроллинг направлен на выявление всех возможностей и рисков, связанных с оптимизацией финансового результата, широко

применяется в зарубежных странах. В России контроллинг как концепция экономического управления предприятием только зарождается, и в основном применяется только в управлении финансами и производством.

Литература:

1. Галаган, А.М. Счетоводство в его историческом развитии/А.М. Галаган. — М.: Государственное издательство, 1927. — 170 с.
2. Жаков, В.С. Финансовый контроль в системе управления хозяйственной деятельностью предприятия: дис... канд. экон. наук: 08.00.10/В.С. Жаков. — Москва, 2000. — 155 с.
3. Мухомедзянова, Е.В. Контроллинг как функция управления предприятием/Е.В. Мухомедзянова // Вестник МГТУ. — М., 2006. — №4. — с. 655–658.
4. Рыбьянцева, М.С. Развитие контроллинга в исторической ретроспективе: основные этапы и вехи эволюции/М.С. Рыбьянцева, Д.А. Баталов // Экономические науки. Учет и аудит. — 2011. — №7. [Электронный ресурс]. URL: http://krasgmu.net/publ/uchebnye_materialy/obuchajushhie_materialy/1/11-1-0-278 (дата обращения: 18.02.2014). ISBN: 978-5-394-00790-3.
5. Синявец, Т.Д. Теоретико-методологические основы контроллинга системы управления персоналом: дис... д-ра экон. наук: 08.00.05/Т.Д. Синявец. — Екатеринбург, 2012. — 368 с.
6. Хаузер, М. Корпоративное управление результативностью/М. Хаузер // Экономика предприятия. — 2006. — №34. — с. 25.

Стимулирование развития малого бизнеса и частного предпринимательства в Узбекистане

Сирождидинов Икромиддин Кутбиддинович, кандидат экономических наук, доцент;
Ботирова Рахимахон Абдужаббаровна, кандидат экономических наук, доцент
Наманганский инженерно-педагогический институт (Узбекистан)

В статье проанализированы тенденции развития малого бизнеса в Узбекистане и главные направления стимулирования дальнейшего развития данного сектора экономики.

Ключевые слова: *малый бизнес, налоговая нагрузка, кредитование, государственные закупки.*

Республика Узбекистан стремится обеспечить сбалансированное развитие своей экономики на модернизации ее структуры, достижения высокой конкурентоспособности основных отраслей. Предусмотренная в Конституции страны стратегическая цель — формирование гражданского общества и создание социально-ориентированной рыночной экономики — будет достигнута путем последовательного решения этих задач.

В условиях продолжающегося воздействия мирового финансово-экономического кризиса все более очевидной, является необходимость всесторонней поддержки предприятий реального сектора экономики. В данном направлении в республике последовательно осуществляется целый комплекс мер. Он нацелен на создание надлежащих финансовых и организационных условий для модернизации производства, расширения кооперационных связей, налаживания устойчивого сотрудничества с иностранными партнерами, стимулирование внутреннего спроса на отечественную продукцию.

Эти меры в сочетании с наличными специфическими природно-экономическими и социально демографическими условиями, обеспечивают неуклонно рост удельного веса малого бизнеса в реальном секторе экономики. В результате в настоящее время темпы и масштабы экономического и социального развития страны тесно связаны с перспективами роста, технико-технологического и финансово-экономического укрепления предпринимательских структур данного направления. Поэтому важное направление экономической политики государства — снижение налоговой нагрузки хозяйствующим субъектам, упрощение и унификация системы налогообложения — является действенным фактором поддержки малого бизнеса.

В период после 2000 года ставка налога на прибыль юридических лиц снижена в 3,4 раза, ставка единого налога для микрофирм и малых предприятий — в 2,1 раза (в том в 2012 она снижена на 1 пункт и составила 5 процентов), ставка налога на имущество юридических лиц —

в 1,1 раза, ставка единого социального платежа — в 1,6 раза. В результате налоговая нагрузка на хозяйствующие субъекты имеет устойчивую тенденцию к снижению.

В рамках проводимой макроэкономической политики, приоритетное значение придается стимулированию ускоренного развития и поддержке малого бизнеса и частного предпринимательства, так как именно этот сектор последовательно занимает решающее место в создании новых рабочих мест и повышении занятости населения, росте его благосостояния.

В результате осуществленных мер доля субъектов малого бизнеса в валовом внутреннем продукте страны в 2009 году составляла 50 процентов, в 2012 году — 54,6 процентов, а в 2013 году — более 55 процентов.

В развитии малого бизнеса важное место занимает кредитная система. В 2001–2010 годах объем направляемых в данный сектор кредитов коммерческих банков увеличился в более чем 11 раз. 11 марта 2011 года было принято Постановление Президента Республики Узбекистан «О дополнительных мерах по увеличению кредитования субъектов малого бизнеса и частного предпринимательства». В соответствии с ним доходы банков от выдачи кредитов за счет ресурсов Фонда льготного кредитования с условием их целевого направления освобождены от налога на прибыль на период до 1 января 2016 года. С 1 сентября 2011 года отменено взыскание платы с субъектов малого бизнеса за открытие ими банковского счета в национальной валюте, внедрена практика рассмотрения банками их заявлений о выделении им кредитов в трехдневный срок.

За десять месяцев 2011 года субъекты малого бизнеса и частного предпринимательства из всех источников финансирования получили кредиты в сумме 3572 млрд. сумов или в 1,5 раза больше в соответствующий период 2010 года. За счет этих вложений было создано свыше 237 тыс. новых рабочих мест. Из вышеуказанной суммы 655 млрд. сумов приходится на долю микрокредитования, проекты выпускников профессиональных колледжей финансированы на сумму 22 млрд. сумов, личные подсобные и дехканские хозяйства получили 51,5 млрд. сумов кредитов для приобретения крупного рогатого скота. Банки оказали лизинговые услуги по договорам на приобретение мини технологий и малого оборудования субъектами малого бизнеса на торгах выставки «AgrominitexExpo» на сумму 26,3 млрд. сумов. В тот период получили льготные кредиты производители продовольствия на сумму 615,2 млрд. сумов, семейные предприниматели и ремесленники — на сумму 49,4 млрд. сумов, предприятия сферы обслуживания и сервиса — на сумму 318 млрд. сумов. Для финансирования инвестиционных проектов малого бизнеса было привлечено кредитные линии международных финансовых организаций на сумму 111,3 млн. долларов.

2013 год в Узбекистане был провозглашен «Годом благополучия и процветания». В его рамках особое внимание было уделено развитию семейного бизнеса. Только

в малый бизнес получил кредиты на сумму более 270 млрд. сумов, в том числе на развитие семейного бизнеса, частного предпринимательства и ремесленничества — на сумму 110,1 млрд. сумов, для производства сельскохозяйственной продукции в личном подсобном и дехканском хозяйствах и приобретения крупного рогатого скота — 106 млрд. сумов. Данная программа предусматривала дальнейшее развитие системы корпоративных закупок как существенной меры стимулирования малого бизнеса. Их объемы в 2013 году увеличились в 1,3 раза. В частности 2086 крупных предприятий с наличием государственной доли в уставном капитале обеспечили долю малого бизнеса в объеме их закупок на уровне не менее чем 25 процентов. Продукция более 850 малых производственных предприятий продавались по договорам на промышленных ярмарках и кооперационных биржах и объемы продаж значительно возросли.

В программе «Год благополучия и процветания» были предусмотрены меры по расширению кредитования банками сельского хозяйства и увеличение за этот счет производства и переработки сельскохозяйственной продукции в регионах, развитие виноградарства, животноводства и шелководства, модернизация и техническое перевооружение сельскохозяйственных предприятий. В частности, созданы новые сады на площади в 6,7 тыс. га, интенсивные сады — на площади в 3,5 тыс. га и виноградники — на площади в 6,8 га. За счет этих мер, а также реконструкции старых садов дополнительно 15 тыс. человек привлечены к садоводческой деятельности. На эти цели были выделены 95,2 млрд. сумов. На развитие животноводства и шелководства направлены 345,9 млрд. сумов. Было намечено, что в каждом сельском районе будут созданы не менее 10 новых птицеводческих хозяйств для выращивания не менее 10 тыс. голов птицы и 500 пчелиных семей, в каждом регионе не менее 30–40 рыбоводческих хозяйств, а также 10–15 шелководческих комплексов. Выполнение указанных задач позволяет дополнительно производить ежегодно 32 тыс. тонны птичьего мяса, 330 млн. штук яиц, 970 тонн меда, 2,4 тыс. тонн рыбы.

Программа имела целью обеспечение более рациональное использование производимого сырья. В 2013 году осуществлены 288 проектов с общей стоимостью 94,5 млрд. сумов по созданию новых предприятий, реконструкции и модернизации существующих для углубления переработки сельскохозяйственной продукции, в том числе молока, мяса, фруктов, овощей и винограда. Проведены промышленные ярмарки, ярмарки инновационных идей, технологий и проектов, другие биржевые торги и ярмарки для обеспечения более широкого доступа производителей к отечественным и зарубежным мини технологиям. Кроме того, Навоийский машиностроительный завод, акционерное общество «Технолог», частное предприятие «ПГС» и другие предприятия увеличили производство таких технологий и оборудования.

В финансовой поддержке малого бизнеса активно участвует Агробанк. За первые 5 месяцев 2013 года он пре-

доставил субъектам малого бизнеса кредитов на 265 млрд. сумов, в том числе для развития семейного бизнеса и ремесленничества — 4,5 млрд. сумов. Благодаря этому создано более 16 тыс. новых рабочих мест. В Узбекистане производственный потенциал малого бизнеса в существенной мере определяет продовольственную безопасность страны. За первые 5 месяцев 2013 года Агробанк для финансирования 2,1 тыс. проектов данного направления выделил 82,7 млрд. сумов кредитов. В том числе в сферу животноводства — 31,1 млрд. сумов, птицеводства — 7,2 млрд. сумов, рыбоводства — 2,8 млрд. сумов,

пчеловодства — 1,8 млн. сумов. Региональные филиалы банка направили кредитных ресурсов: для создания интенсивных садов и виноградарства — 9,2 млрд. сумов, развития тепличных хозяйств — 9,5 млрд. сумов, выращивания овощей и бахчевых — 13,6 млрд. сумов. На проекты по переработке сельскохозяйственной продукции выделено 6,9 млрд. сумов.

Изложенное показывает, что малый бизнес в Узбекистане вносит достойный вклад в социально-экономическое развитие страны и имеет надежные условия и перспективы развития.

Литература:

1. Каримов, И. А. Наша главная цель — решительно следовать по пути широкомасштабных реформ и модернизации страны». Доклад на заседании Кабинета Министров Республики Узбекистан, посвященном итогам социально-экономического развития страны в 2012 году и важнейшим приоритетным направлениям экономической программы на 2013 год. — Народное слово, 19 января 2013 года.
2. Аакер Дэвид А. Стратегическое рыночное управление: 6-е международное изд. — СПб; М.; Х.: ПТЕР, 2002.
3. Касымов, Г. М., Махмудов Б. Д. Основы национальной экономики. Учебник.-ТТ.: «Меҳнат», 2004.

Финансовое оздоровление предприятий при поддержке коммерческих банков

Сирожиддинов Камолиддин Икромиддинович, кандидат экономических наук
Наманганский государственный университет (Узбекистан)

Хужахонов Маъруфхон Хамидович, магистр экономики
Наманганский инженерно-педагогический институт (Узбекистан)

В статье исследованы вопросы, связанные с финансовым оздоровлением экономически неустойчивых предприятий в условиях модернизации экономики. Проанализированы результаты участия коммерческих банков в этих процессах в регионах.

Ключевые слова: финансовая устойчивость, финансовое оздоровление, правовой механизм реструктуризации предприятий, инвестиции, банковские кредиты, инвестиционная программа.

В постоянно меняющихся условиях рыночной конъюнктуры очень часто предприятия не выдерживают рыночную конкуренцию, в своей хозяйственной деятельности встречаются с определенными трудностями и под влиянием объективных причин уменьшают объем производимой продукции. В итоге они оказываются нерентабельными. Строго говоря, данное обстоятельство является одним из внутренне присущих признаков рыночной экономики. Однако, увеличение числа таких предприятий отрицательно влияет на устойчивое развитие территориальной и отраслевой экономики, а также на развитие национального хозяйства в целом.

Поэтому в Узбекистане развивается процесс модернизации экономики, который предполагает финансовое оздоровление и финансово-устойчивое функционирование хозяйствующих субъектов. Ресурсы государственных и негосударственных финансовых структур активно привлекаются для поддержки предприятий, не сумевших удо-

влетворительно приспособиться к жестким экономическим условиям глобального финансового кризиса.

Как известно, финансовое оздоровление и реструктуризации экономически нерентабельных предприятий предполагает, с одной стороны, рационализацию и оптимизацию финансовых потоков в них, а с другой — их модернизацию и обеспечение современной техникой и современными технологиями, создание соответствующих рабочих мест. Для осуществления этих мер требуются значительные финансовые ресурсы. Помимо этого необходима активная государственная все охватывающая экономическая политика, которая стимулировала бы участие в данном процессе банковских учреждений.

Указ Президента Республики Узбекистан от 18 ноября 2008 года «О мерах по дальнейшему повышению финансовой устойчивости предприятий реального сектора экономики», а также Указ от 19 ноября 2008 года «Об утверждении порядка продажи коммерческим банкам

экономически не устойчивых предприятий» и последующие правовые документы были обусловлены этими причинами и реализованы на практике.

Необходимо отметить, что данные документы позволили более эффективно применять на практике ранее созданный правовой механизм реструктуризации обанкротившихся и неплатежеспособных предприятий, организации на их основе экономически жизнеспособных субъектов. Такая работа была нацелена на обеспечение замены экономически недееспособных владельцев финансово состоятельными, и, вместе с тем, сохранить социально значимые и рентабельные предприятия, обеспечить устойчивость имущественных отношений, а также гарантировать занятость. В этой связи Указ «Об утверждении порядка реализации экономически несостоятельных предприятий коммерческим банкам» занимает особое место. Аналитические данные свидетельствуют о том, что большая часть задолженности предприятий-банкротов составляют просроченные банковские кредиты и начисленные проценты по ним. Привлечение банков в процесс ликвидации экономически несостоятельных предприятий и реорганизации их позволяет целенаправленному использованию вкладов конкурентоспособных и влиятельных инвесторов.

Коммерческие банки активно участвуют в долгосрочном финансировании экономики. Так, в 2009 году доля коммерческих банков в инвестициях, направленных на развитие экономики, составлял 11,5 процентов. А доля долгосрочных кредитов Республиканских банков составлял 69 процентов. Только в одном Национальном банке по внешнеэкономической деятельности в портфеле по кредитам долгосрочные кредиты составляли 85 процентов, а в «Узсаноаткурилишбанке» этот показатель был равен 71 проценту. В результате привлечения коммерческих банков в реструктуризации экономически несостоятельных предприятий в 2008 году 86 данного рода предприятий были переведены на баланс коммерческих банков, из них 70 предприятий были заново восстановлены и проданы инвесторам [6].

В целях обеспечения выполнения Указа тогда в Наманганской области 13 предприятий-банкрота были переведены на баланс коммерческих банков. В частности, на баланс «НБУ» Национального банка были переведены

8 предприятий, в баланс АО КБ «Агробанк» 2, на баланс ОАКБ «Капиталбанк» также 2, на баланс ОАКБ «Асакабанк» — одно предприятия.

В результате этих мер происходит активизация инвестиционной деятельности в регионах, Так в Наманганской области по итогам 2010 года за счет всех источников финансирования, было освоено капитальных вложений на 554 млрд. сумов или 103,9% к 2009 году. По итогам 2011 года за счет всех источников финансирования освоено 593,6 млрд. сумов или 105,5% процентов к 2010 году. Данный показатель за 2012 год составил 728,0 млрд. сумов и увеличился по сравнению с тем же показателем предыдущего года на 12,6 процентов. По итогам года освоение капитальных вложений составило 1016,7 млрд. сумов и прирост составил 21,7 процента.

В области в 2013 году было введено в эксплуатацию 402 объекта (в том числе в сфере легкой промышленности — 127, продовольственной промышленности — 124, строительной индустрии — 103, машиностроения — 4 и 44 в других отраслях). В рамках данных проектов освоено инвестиций на общую сумму 107,8 млрд. сумов, из которых 38,3 млрд. сумов банковские кредиты и 3,9 млрд. сумов прямые иностранные инвестиции, а также созданы дополнительные мощности по производству товаров на общую сумму 124,2 млрд. сумов. В рамках региональной инвестиционной программе в 2013 году в область привлечены инвестиции на сумму 303,1 млрд. сумов (темп роста 100,8%), в том числе 28,0 млн долларов прямые иностранные инвестиции.

Передача экономически несостоятельных предприятий в коммерческие банк в процессе реструктуризации дала свои положительные результаты, развитие данного процесса в дальнейшем, в первую очередь, позволяет привлечь зарубежных и национальных, в том числе частных, инвестиционных ресурсов в реальные секторы экономики. Во-вторых, привлечение банков в данный процесс поощряет устойчивую инвестиционную деятельность частных инвесторов, формирующиеся в условиях развивающегося экономики. В третьих, данная практика, имеющее место в системе рационального реформирования общества, в дальнейшем позволяет расширить возможности сотрудничества между производителями и финансовыми институтами.

Литература:

1. Гетман, В. Г. «Учёт внутрихозяйственных расчетов» — М: Финансы и статистика, 1990—8 стр.
2. Ришар, Ж. Аудит и анализ хозяйственной деятельности предприятия: Пер. с фр./Под. ред. Л. П. Белых.-М.: Аудит, ЮНИТИ, 1997.—375 с.
3. Макарьян, Э. А. Герасеменко Г. П финансовый анализ. М:«ПРИОР», 1997. 41с
4. Ковалёв, В. В «Финансовый анализ», — М: «Финанск и статистика» 1999—768 с.
5. Қосимов, Ғ. М. «Менежмент» Дарслик Т: «Ўзбекистон» нашрети 2002 й 10-б.
6. Каримов, И. А. «Основная задача-поднятие на высокий уровень развитие нашей родины и благосостояние народа.» Доклад на заседании Кабинета Министров, посвященного главным направлениям социально-экономического развития Узбекистана в 2010 году и итоги 2009 года // «Народное слово» 30 января. №21 (4936).

Расчет ставки дисконтирования с учетом специфики российского фондового рынка

Тазихина Татьяна Викторовна, кандидат экономических наук, доцент, профессор;

Надеждина Яна Вадимовна, аспирант

Финансовый университет при Правительстве РФ (г. Москва)

Сложность определения ставки дисконтирования остается важной проблемой для практикующих оценщиков. Обсуждению различных способов ее расчета посвящено много работ известных специалистов в области оценки (Козырь Ю. В., Грибовский В. С. и др.).

В современной оценочной практике существует множество способов расчета ставки дисконтирования с различными модификациями. В данной статье мы затронем один из наиболее распространенных методов, а именно метод оценки капитальных активов или CAPM.

В истории корпоративных финансов существует множество моделей оценки затрат на собственный капитал. Но, исходя из анализа ежегодных опросов инвестиционных аналитиков и топ менеджмента компаний, CAPM является наиболее часто используемой моделью для обоснования ставки доходности на собственный капитал инвестора при расчете стоимости компании, а так же стоимости акции или при расчете ставки дисконтирования для инвестиционного проекта в рамках DCF. Так, исследования, на основе ежегодных опросов около 12 тысяч топ менеджмента компаний показывают, что около 80% респондентов ориентировались в 2010–2012 гг. при принятии управленческих решений на модель CAPM. [19]

Модель CAPM, предложенная У. Шарпом и Дж. Линтнером в 1960-е гг. предполагает, что премия за риск инвестирования в собственный капитал или стоимость собственного капитала представляют собой зависимость от трех факторов: безрисковой ставки, бета коэффициента и рыночной премии.

В модели оценки капитальных активов ставка дисконтирования имеет две составляющие: ставку дохода от безрисковых инвестиций и дополнительную ставку, компенсирующую неопределенность, связанную с инвестированием в данный объект:

$$R = R_f + \beta \times (R_m - R_f)$$

где: R — ставка дисконта; R_f — безрисковая ставка; β — коэффициент «бета», являющийся мерой систематического риска, связанного с макроэкономическими и политическими процессами, происходящими в стране; R_m — общая доходность рынка в целом (доходность среднерыночного портфеля ценных бумаг).

Необходимо отметить, что данная модель исходит из предположения о том, что мы действуем на эффективном рынке капитала, с совершенной конкуренцией инвесторов, что почти не выполняется на российском рынке [20]. Использование метода оценки капитальных активов сталкивается в таких условиях с проблемой опре-

деления всех составляющих частей модели. В роли безрисковой нормы доходности в специализированной литературе рекомендуется брать доходность по государственным ценным бумагам. Однако, после кризиса 1998 года, доверие к ним российских инвесторов было сильно подорвано. В тоже время за последние 5 лет, после кризиса 2008–2009 гг., доверие к американским государственным ценным бумагам тоже значительно снизилось. Ставки по депозитам Сбербанка России, по нашему мнению, не могут быть приняты как безрисковые ставки. В «Методических рекомендациях по оценке эффективности инвестиционных проектов» говорится о том, что в роли безрисковой ставки следует принимать значение LIBOR по годовому еврокредиту, исключая инфляцию. Если рассчитать безрисковую ставку, следуя этим рекомендациям, то в настоящее время она равна 5–6%. По данным исследования, проведенного Бобом Литтерманом из Goldman Sachs и Хосе Шейнкманом из Чикагского университета [3], на доходность облигаций в числе других факторов, влияет общая рыночная ситуация, а так же дата погашения облигаций. Доходность облигации складывается из цены покупки облигации, цены ее продажи, и ее накопленному купонному доходу. Ближе к дате выплаты купонного дохода, цена облигации на фондовом рынке возрастает. Таким образом, при расчете стоимости компании, фондовый рынок в некоторой степени влияет на формирование R_f .

Считается, что показатель R_m — доходность среднерыночного портфеля ценных бумаг, необходимо рассчитывать, основываясь на долгосрочном анализе цен акций предприятий. Ряд отечественных ученых и практиков (например З. М. Мамаева) полагают, что в российских условиях это затруднено, вследствие недостаточности информационной базы, а так же того факта, что цена акций отечественных предприятий чаще не отражает стоимость капитала компании, а цены акций формируются в результате абсолютно посторонних факторов.

В отношении величины коэффициента β , его значение определяется в результате анализа данных фондового рынка имеющих ретроспективный характер, и публикуется в справочниках, специальных финансовых изданиях, и на сайтах рейтинговых агентств, анализирующих фондовые рынки. Коэффициент β представляет собой меру систематического риска и рассчитывается методом ковариации и дисперсии, исходя из амплитуды колебания цен на акции оцениваемой компании или компаний-аналогов по сравнению с изменениями на фондовом рынке в целом. Расчетная формула имеет вид:

$$\beta = (\text{сумма } (r_i - r_{icp}) * (r_m - r_{mcp})) / \text{сумма } (r_m - r_m^2 \text{cp}),$$

r_i — доходность акции на i -ый момент времени, r_{icp} — средняя доходность акции за рассматриваемый период, r_m — доходность фондового рынка на i -й момент времени, r_{mcp} — средняя доходность фондового рынка за рассматриваемый период.

Расчет коэффициента β производился в два этапа:

- расчет по котировкам акций сопоставимых компаний;
- расчет по отраслевым индексам.

В первом случае в качестве доходности акции на i -й момент времени (r_i) принимается изменение ее котировок на фондовой бирже (Московская биржа, индекс РТС, ММВБ) с момента предыдущего наблюдения (в процентах). В качестве доходности фондового рынка (r_m) используется изменение межотраслевого индекса (ММВБ или РТС) за тот же период (в процентах).

В случае отсутствия котировок акций оцениваемой компании на бирже расчет коэффициента производится на основании анализа котировок акций компаний к отрасли, которой принадлежит оцениваемая компания.

По мнению некоторых специалистов, в России сейчас невозможно говорить о наличии необходимых баз данных, для того чтобы выборка была репрезентативна. Поэтому корректное определение отраслевых бета-коэффициентов затруднено, в том числе и по отдельным компаниям.

Многие специалисты часто предлагают использовать для стран Восточной Европы, Латинской Америки и России, в качестве безрисковой ставки доходности ставки с развитых стран с поправкой на страновой риск. Безусловно, что когда в начале 1990-х годов российский фондовый рынок, равно как и рыночная экономика, только начали формироваться, этот способ расчета безрисковой ставки для России был актуальным. Такой способ предполагает суммирование безрисковой ставки дохода страны с развитым рынком и типичный спред доходности соответствующей страны. Типичный спред доходности оценивается крупнейшими аналитическими агентствами на основе кредитного рейтинга, присвоенного данной стране (кредитный рейтинг России на данный момент составляет ВВВ+ с позитивным прогнозом и признан стабильным) [24]. Типичный спред рассчитывается на основе спредов одного кредитного рейтинга. На локальном рынке часто могут отсутствовать долгосрочные ценные бумаги, поэтому аналитики иногда включают в оценку и спреда по локальным краткосрочным государственным ценным бумагам.

Другим способом расчета безрисковой ставки доходности служат данные с локального рынка. В этом случае другие параметры модели CAPM также следует задавать по локальному рынку. В этом случае такая модель будет являться локальной, и обозначаться как LCAPM. До-

ходность по государственным долгосрочным облигациям является основой для измерения безрисковой ставки и ориентиром для инвесторов. На наш взгляд, применительно для российского рынка капиталов, более верным будет использование данных российского рынка ввиду того что:

— российский рынок капиталов является последние 13 лет достаточно стабильным, на конец 2012 года, кредитный рейтинг России оценивается мировым рейтинговым агентством Standard&Poog's на уровне ВВВ с позитивным прогнозом.

— российские инвесторы при принятии инвестиционных, управленческих и других решений на локальном рынке капиталов ориентируются на данные российского рынка. Локальная ставка по долгосрочным государственным облигациям именно России является для них ориентиром по стоимости источников финансирования, так и по срочности.

Российский фондовый рынок существует немногим более 15 лет, и за это время его базовые характеристики существенно изменились. Это относится к составу инструментов, основным торговым площадкам, правилам торговли, составу участников и т. д.

За последние 13 лет отечественный фондовый рынок претерпел существенные изменения, демонстрируя значительный количественный рост. К концу 2007 года общая капитализация рынка¹ достигла почти 82% по отношению к номинальному ВВП (см. рис. 1.), однако в дальнейшем отрицательная кризисная динамика привела к снижению общего объема рынка до 42% (оценка на конец декабря 2012 г.).

По состоянию на конец 2012 года, Россия стоит на 14 месте в мире по объему капитализации фондового рынка [25]. В то же время, за последние три года доля России увеличилась на 0,6%, уступив место только США и Гонконгу.

Российский фондовый рынок по своей структуре в значительной мере представлен акциями и облигациями. Роль прочих инструментов пока что не весома. Рынок является концентрированным, 15 крупнейших компаний создают 70% рынка, при этом капитализация пяти наиболее крупных компаний (Газпром, Роснефть, Сбербанк, Лукойл и Сургутнефтегаз) создают 43% рынка.

Ниже представлена отраслевая структура российского рынка акций по состоянию на конец IV квартала 2012 г. (см. рис 2.).

Основную часть капитализации российского фондового рынка формируют компании нефтегазового сектора (41%). Однако, этот показатель снизился, по сравнению с 2008 годом (50,4%) [21]. Второе место занимает финансово-банковская отрасль, затем идет металлургическая промышленность и энергетика.

¹ Считается, что нормальное значение коэффициента лежит в диапазоне от 50% до 100%. Если капиталоемкость ВВП выше 100%, то такой рынок является переоцененным, а если ниже — то заниженным.

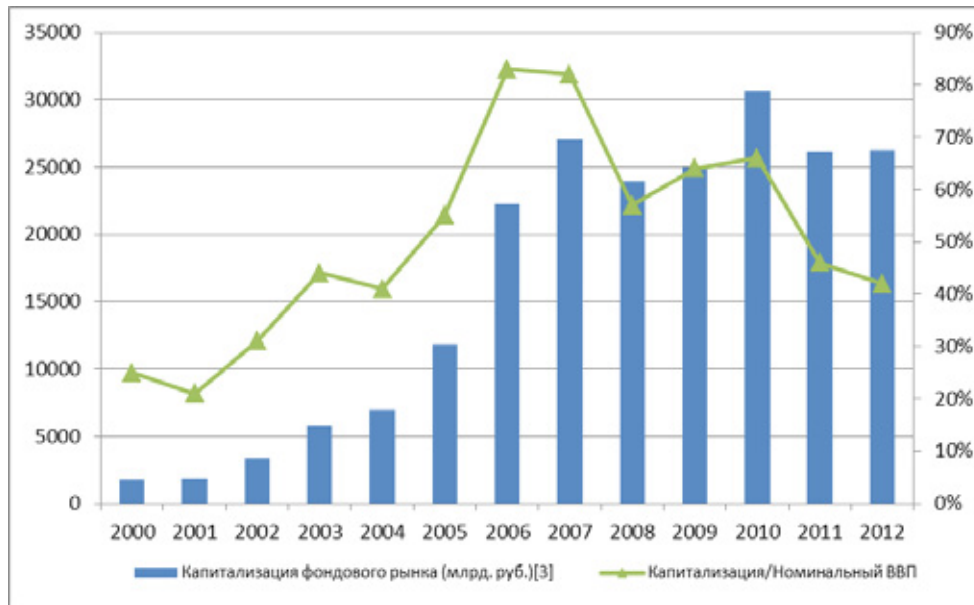


Рис. 1. Капитализация российского фондового рынка по отношению к ВВП, конец года, млрд. руб.

Источник: биржа РТС-ММВБ, расчеты автора

Учитывая последние изменения, произошедшие и в правовой сфере, и в части регулирования рынка ценных бумаг, его структуры и состава, а также самого процесса его формирования и развития, можно сказать, что обозначились следующие тенденции развития фондового рынка России:

1. Тенденция централизации капиталов: идет процесс формирования и выделения крупных профессиональных участников рынка путем вовлечения, как собственного капитала, так и централизации капиталов.

2. Процесс глобализации и интернационализации капиталов. Это означает, что российский рынок ценных бумаг встроился в структуру мирового рынка капиталов и во многом зависит от нее. Поскольку рынок ценных бумаг носит глобальный характер, торговля на глобальном рынке идет без перерыва, постоянно.

3. Совершенствование нормативно-правовой базы: за последние 15 лет (с кризиса 1998 года) на рынок стали активно вовлекаться все новые и новые участники, активно стала формироваться инфраструктура рынка, чему во многом способствовало принятие закона о рынке

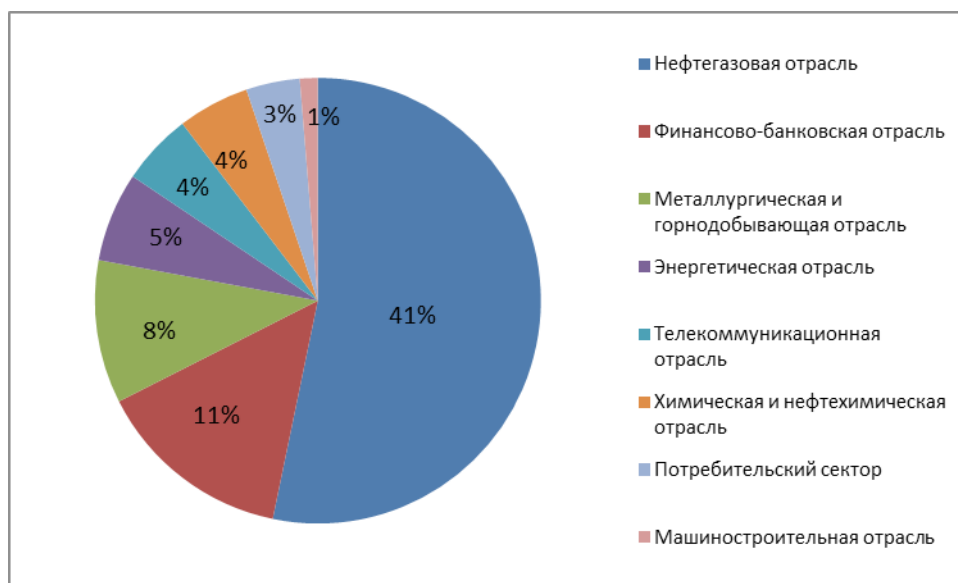


Рис. 2. Капитализация Российского рынка акций (на основе информации компаний, включенных в расчет отраслевых индексов) [26]

Источник: биржа РТС-ММВБ, расчеты автора

ценных бумаг в 1996 году. Кроме того процесс торговли стал более прозрачным и доступным как для крупных, так и для мелких инвесторов.

На данный момент на объединенной бирже торгуются оба индекса: РТС и ММВБ. В рамках нашей работы мы будем анализировать индекс РТС, по причине расчета отраслевых индексов на основе информации РТС, а также, поскольку индекс РТС это долларový индекс. Для расчета берется ежедневное значение индекса

Ставка доходность долгосрочных государственных ценных бумаг РФ (Россия–2042 — глобальная облигация) [23] равна 5,625%. В конце 2008 года Россия разместила транш из государственных облигаций с тридцатилетним сроком погашения (Россия –30 — глобальная облигация) по ставке 7,5%. Одной из причин более высокой ставки в кризисный период нежели в текущем периоде, объясняется, на наш взгляд, мировым кризисом на рынке капиталов. Таким образом, крупные финансовые потрясения глобального характера, в том числе и на фондовых рынках, могут влиять на величину безрисковой ставки. По данным центрального банка России ставка по долгосрочным государственным облигациям на 30.04.2013 составляет 4,23%. В случае наличия угрозы дефолта необходимо скорректировать ставку на риск дефолта. Спред дефолта может быть определен на основе кредитного рейтинга страны. На данном этапе такая корректировка нами вводиться не будет. Одновременно долгосрочная ставка по 30 летним казначейским облигациям США (Т — bonds 30) составляет 2,88% [22] на 30.04.2013. Одновременно добавляем страновой риск, равный 2,0%. Таким образом, безрисковая ставка составляет 4,88%.

Для анализа зависимости между российским фондовым рынком (на основе индекса РТС) и глобальным рынком капиталов, мы взяли показатели средние значения индексов (РТС и S&P500) за период с 11 января 2007 по 1 мая 2013 годы.

На основе ежедневных данных, мы можем видеть, графики двух индексов за анализируемый период движутся синхронно (рис. 3).

Эта зависимость объясняется не только взаимосвязью российского рынка капиталов с мировыми рынками, но и тем фактом, что индекс РТС включен в глобальный портфель индексных предложений S&P500.

При статистическом анализе учитывались различия в торговых днях России и Америки, с помощью приведения их к единому количеству. Корреляцию индекса РТС с индексом S&P 500 можно охарактеризовать, как умеренную, ближе к слабой, коэффициент корреляции Пирсона равен 0,354.

Теперь посмотрим на зависимость между рынками других стран. При проведении корреляционно-регрессионного анализа нами принимались во внимание различия в торговых днях в разных странах, и мы приводили эти значения к единому промежутку. Для анализа мы брали страны Европейского союза, США и Азии.

Наибольшая взаимосвязь прослеживается с рынками стран Евросоюза, а именно Англия, Дания, Франция и Турция. Можно предположить, что на корреляцию фондового рынка России с рынками других стран влияет географическое положение. Наиболее слабая взаимосвязь наблюдается с азиатскими странами. Теснейшая зависимость прослеживается с экономикой Польши (коэффициент корреляции равен 0,64). Вероятнее всего это объясняется тесным географическим положением

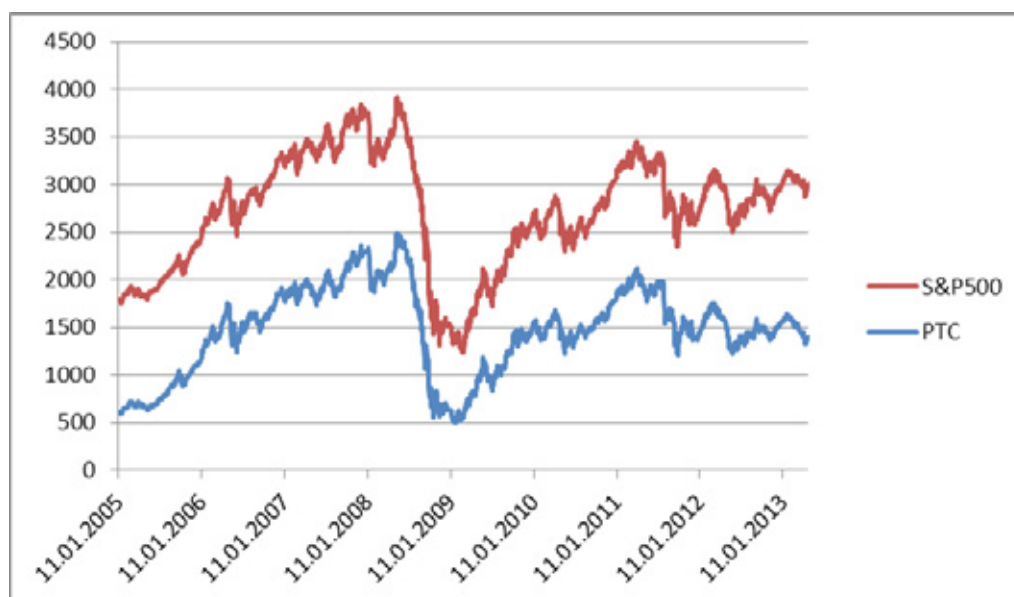


Рис. 3. Значения индексов РТС, S&P500 за период с 11.01.2005 по 30.05.2013

Источник: биржа РТС-ММВБ

и сильным взаимодействием экономик двух стран. Зависимость с рынком США можно охарактеризовать как среднюю.

Таким образом, безусловно, что за последние 30 лет между индексами развитых стран, таких как США, Япония, Южная Корея, Германия и др., прослеживается все более прочная связь. Колебания на одном рынке с той или иной силой отражаются на другом, приводя к тому, что система из ключевых мировых биржевых индексов оказывает сильное влияние на индексы стран с менее развитой экономикой. Эта мировая тенденция привлекает пристальное внимание аналитиков. С появлением новых финансовых инструментов, а именно, кредитных дефолтных свопов (CDS), позволяющих выпускать на внебиржевом рынке своеобразные страховки от дефолта, и долговых обязательств (CDO), особенно под залог ипотеки, мировая финансовая система перешла на новый уровень сложности процессов. Недостаточно тщательно продуманная политика ведущих финансовых институтов, в основном американских инвестиционных банков, в сочетании с отсутствием должного контроля со стороны соответствующих правительственных структур, привели к кризису самую мощную экономику мира, экономику США. Из-за сильной взаимосвязанности мирового финансового рынка неблагоприятная ситуация в банковском и других секторах США довольно быстро распространилась на экономики стран торговых партнеров, Японии, Китая, Европейского союза и пошла дальше, задев и Россию.

Признанными показателями состояния российского фондового рынка являются индексы РТС и ММВБ. Проанализировав динамику индекса РТС, мы можем сказать, что индекс РТС, а как следствие и российский фондовый рынок, имеет сильную корреляцию со странами, с которыми происходит тесное экономическое сотрудничество.

Не смотря на значительное влияние американского фондового рынка на российскую экономику важно отметить, что это скорее опосредованное влияние, как влияние глобального рынка. Непосредственно же тесная взаимосвязь выделяется с рынками стран, имеющих наиболее близкое географическое положение и тесную взаимосвязь экономик.

Поэтому при расчете ставки дисконтирования важно осуществлять подбор аналогов опираясь на рынки стран, с которыми у России прослеживается наиболее тесная взаимосвязь. Не рекомендуется брать аналоги из регионов, которые имеют значительную географическую удаленность.

В рамках исследования модели CAPM нами был проведен анализ изменения коэффициента бета, характеризующий степень риска вложения в тот или иной актив. В результате исследования отраслевой доходности индекса РТС за указанный выше период, а также доходности отраслевых индексов были сделаны следующие выводы (см. Таблицу 1):

— бета коэффициент по всем отраслям является положительным, что говорит о том, что динамика каждой отрасли совпадает с динамикой рынка

— в период кризиса наиболее остро отреагировала отрасль Нефть и Газ, и была наиболее рискованной. Одновременно с этим, коэффициент корреляции отрасли с индексом РТС достаточно низок, что говорит о не сильной зависимости от российского рынка. Это объясняется большим влиянием на отрасль мировых финансовых рынков, а так же мировых цен на нефть и газ

— остальные отрасли (за исключением Промышленности) имеют тесную зависимость от рынка в целом и движутся синхронно с ним. Наиболее подвержена влиянию рынка финансово-банковская сфера (коэффициент корреляции 0,83).

Таблица 1. Сравнительный анализ отраслевых бета коэффициентов в докризисный и пост кризисный периоды 2009–2013 гг.

Индекс	β на 30.04.2013	β на 11.01.2009	Коэффициент корреляции (30.04.2013)
Индекс нефти и газа	0,0233	1,098	0,021
Индекс РТС Металлов и добычи (RTSmm)	0,713	0,656	0,79
Индекс РТС Промышленности (RTSin)	0,227	0,1629	0,28
Индекс РТС Потребительских товаров и розничной торговли (RTScr)	0,305	0,214	0,49
Индекс РТС Электроэнергетики (RTSeu)	0,545	0,406	0,67
Индекс РТС Финансов (RTSfn)	0,804	0,79	0,83

Таким образом, высокие значения коэффициента корреляции по отраслям (за исключением нефтегазовой отрасли), говорят о сильной взаимосвязи между доходностью отдельно взятой отрасли и рынка в целом (значение коэффициента корреляции для отрасли металлодобыча 0,79, электроэнергетика 0,67, финансовый сектор 0,83). Кроме того, коэффициенты детерминированности R² (величина достоверности аппроксимации) по отраслям, говорят о сильной зависимости доходности некоторых отраслей от направления движения индекса (металлодобыча — величина достоверности аппроксимации 0,63, финансовый сектор –0,69). Наименьшая зависимость выявлена у нефтегазового сектора.

Мы наблюдаем падение бета коэффициента в кризисный период, а не его рост. Одновременно мы видим последующий рост бета коэффициентов в посткризисный период на дату оценки 30.04.2013. Выявилась интересная тенденция: с увеличившимися в период кризиса рисками норма отдачи не возросла, а упала, в связи с общим падением доходности бизнеса.

Теперь рассчитаем справедливую норму доходности отраслевых индексов и проследим влияние изменений произошедших на фондовом рынке в период кризиса на ставку дисконтирования.

Исходя из Таблицы 2, можно сделать вывод, что кризисные явления на фондовом рынке влияют на величину ставки дисконтирования. В период кризиса ставка дисконтирования значительно упала, не смотря на рост риска. Тот факт, что с увеличившимися в период кризиса рисками норма отдачи не возросла, а упала, объясняется общим падением доходности бизнеса. Кроме того, можно выявить наиболее зависимые от состояния рынка параметры модели САРМ применительно для отраслевых индексов: это мера систематического риска (бета коэффи-

циент), а также премии за рыночный риск. Таким образом, эти показатели могут служить своеобразными индикаторами сигнализирующими о приближении кризисных явлений, как в отдельной отрасли, так и на фондовом рынке в целом. Если коэффициент бета оцениваемой компании значительно ниже среднеотраслевого, это может говорить о негативных аспектах ее деятельности, о низкой доходности данного бизнеса в целом. Если коэффициент бета по данной отрасли имеет тенденцию к снижению, возможно, что это также сигнализирует о падении доходности данной отрасли и недоверии инвесторов.

В рамках данного исследования, мы исходили из предпосылки, что российские (локальные) инвесторы при принятии инвестиционных, управленческих и других решений на локальном рынке капиталов ориентируются на данные российского рынка. Поэтому при построении модели локальной САРМ мы использовали данные российского фондового рынка. Исходя из проведенного анализа, можно сделать вывод, что кризисные явления на фондовом рынке влияют на величину ставки дисконтирования. В период кризиса ставка дисконтирования значительно упала, не смотря на рост риска. Тот факт, что с увеличившимися в период кризиса рисками норма отдачи не возросла, а упала, объясняется общим падением доходности бизнеса. Кроме того, можно выявить наиболее зависимые от состояния рынка параметры модели САРМ применительно для отраслевых индексов: это мера систематического риска (бета коэффициент), а также премии за рыночный риск. Безрисковая ставка менее подвержена колебанию локального фондового рынка. Большее влияние на нее оказывают глобальные процессы экономики, а также иные, как внешние, так и внутренние факторы: политического, экономического, социального характера.

Таблица 2. Расчет ставки дисконтирования методом САРМ в период кризиса и посткризисный периоды

Отрасль	Ставка дисконтирования САРМ на 30.04.2013	Ставка дисконтирования САРМ на 11.01.2009 (кризисный период)
Индекс нефти и газа(RTSng)	4,69%	12,94%
Индекс РТС Металлов и добычи (RTSmm)	18,5%	10,75%
Индекс РТС Промышленности (RTSin)	8,78%	8,3%
Индекс РТС Потребительских товаров и розничной торговли (RTScr)	25,89%	8,56%
Индекс РТС Электроэнергетики (RTSeu)	15,16%	9,51%
Индекс РТС Финансов (RTSfn)	20,36%	11,41%

Литература:

1. Закон «Об оценочной деятельности в Российской Федерации: федер. закон от 29 июля 1998 г. №135-ФЗ, в посл. ред. от 01 декабря 2013 г.
2. Федеральный закон «О рынке ценных бумаг» от 22.04.1996 №39-ФЗ, в послед. ред. от 29.12.2012 г.
3. Шеффер Стивен, «Секреты инвестиционного дела», М. Олимп-Бизнес, 2010, стр. 123
4. Герасимова, С.М. «Эмпирические исследования структуры капитала компаний на развивающихся рынках: специфика и методология», статья, журнал Корпоративные финансы, М. 1 (21) 2012, стр. 98
5. Теплова, Т.В., Селиванова Н.В. Эмпирическое исследование применимости модели DСАРМ на развивающихся рынках// Корпоративные финансы, 2008, стр 24
6. Collins, D., M. Abrahamson Measuring the cost of equity in African financial markets// Emerging Markets Review, V 7, 2010, pp 67–81
7. Devyris, L., G. Jankauskas Explaining the cost of equity in Central and Eastern Europe// Stockholm School of Economics in Riga, SSE, Riga Working Papers, 2004, 13 (68), pp. 13–14
8. Don, U.A. Galagedera An alternative perspective on the relationship between downside beta and CAPM beta // Emerging Markets Review, V 8, Iss. 1, 2007, pp. 4–19
9. Fama, E. F., K.R. French The CAPM is Wanted, Dead or Alive// The Journal of Finance, December 1996, V. 51, Issue 5, pp. 1947–1958
10. Gan, C., Lee, M., Young, H. W. A. and Zhang, J. Macroeconomic Variables and Stock Market Interaction: New Zealand Evidence — Investment Management and Financial Innovations, 2010, pp 435–437
11. Grigoriev, L., Valitova L. Two Russian Stock Exchanges: Analysis of Relationships // Russian Economic Trends. 2012. 113. pp. 44–53.
12. Estrada, J. Systematic Risk in Emerging Markets: the D–CAPM// Emerging Markets Review, V. 3, 2002, pp. 365–379
13. Интернет-дайджест IPO <http://www.offerings.ru/>
14. Интернет-сайт информационного агентства Bloomberg <http://www.bloomberg.com/>
15. Интернет-сайт информационного агентства Cbonds <http://www.cbonds.info/ru/rus/>
16. Интернет-сайт информационного агентства Ecomagic <http://www.economagic.com/>
17. Интернет-сайт Информационного агентства Quote RBC <http://quote.rbc.ru/shares/>
18. Интернет-сайт аналитического агенства Ра Эксперт» www.raexpert.ru
19. Campbell, H., Graham J., Equity risk premium amid a global financial crisis, Evidence from the Global CFO Outlook survey 2012. <http://www.cfosurvey.org>
20. Banz, R. The Relationship between Return and Market Value of Common Stocks// Journal of Financial Economics, 2008, March, 9, pp. 18
21. Думов, В.К., диссертация на тему: «Эффективность фондового рынка России», М. 2009, стр. 11
22. <http://www.treasury.gov/resource-center/data-chart-center/interest-rates/Pages/TextView.aspx?data=yieldYear&year=2013>
23. http://www.rusbonds.ru/ank_obl.asp?tool=78300
24. По данным рейтингового агентства РА Эксперт: <http://raexperts.ru/dengi-i-rabota/kakoy-kreditnyj-reiting-u-rossii>
25. Changes in Share of World Market Cap. 11.05.2012, www.bespokeinvest.com
26. Информация для расчета с Московской Биржи (<http://rts.micex.ru/a1465>, <http://rts.micex.ru/a601>)

Совершенствование механизмов управления качеством медицинских услуг

Тайгибова Таиса Тайгибдибириевна, начальник отдела методического обеспечения и аккредитации
Дагестанский государственный технический университет (г. Махачкала)

В условиях реформ и переходной экономики управление учреждениями сферы медицинских услуг требует принципиально новых подходов к оценке эффективности деятельности. При этом важнейшими критериями эффективности управления должны быть положительные

изменения конечных показателей деятельности учреждений сферы медицинских услуг — стабильность, положительная динамика основных показателей деятельности, внедрение новых медицинских технологий, низкая текучесть кадров.

Немаловажную роль играет и такой показатель, как качество оказываемых медицинских услуг.

Управление медицинскими услугами представляет собой взаимосвязанный механизм координации, финансирования и контроля за состоянием медицинского обслуживания на всех уровнях экономики страны. В свою очередь, руководство медицинских организаций, отвечающие за систему медицинского обслуживания на микроэкономическом уровне, осуществляют общее руководство и контроль качества предоставляемых медицинских услуг. Главной и наиболее ценной составляющей ресурсов и основой обеспечения качества медицинских услуг являются управленческие кадры. Основными направлениями трансформации деятельности управленческих кадров организации сегодня выступают, на наш взгляд, формирование предпринимательского стиля и лидерства преобразований. При этом управленческий стиль преобразуется по объективно-субъективной основе, в качестве которой выступает взаимодействие руководителя, обладающего характерными личностно-профессиональными чертами с внешней средой: потребителями, поставщиками и органами власти, и внутренними факторами, действующими на предприятии спецификой системы управления, особенностями трудового коллектива и состоянием производственной среды. Лидерство преобразований приобретает в ходе осознания потребности в инновационных изменениях с целью обновления потенциала организаций на более высоком качественном уровне, создание инновационного видения проблем, институционализации происходящих качественно-количественных изменений в организации.

В этих условиях сегодня актуальной становится проблема рационального распределения полномочий и функций между различными субъектами вневедомственного контроля, среди которых особое место в управлении качеством занимают профессиональные ассоциации. Они должны принимать активное участие: в разработке стандартов качества; в аккредитации учреждений здравоохранения; в формировании регистра экспертов; в организации и проведении экспертизы качества; в работе комиссий по аттестации медицинских работников и квалификационных экзаменационных комиссий, т.е. быть полноправным и независимым субъектом гражданско-правовых отношений.

Качество медицинской помощи — совокупность характеристик, подтверждающих соответствие оказанной медицинской помощи имеющимся потребностям пациента, его ожиданиям, современному уровню медицинской науки, технологиям и стандартам.

Характеристиками качества медицинской помощи являются (Рис. 1):

1. Профессиональная компетенция — подразумевает наличие теоретических знаний и практических навыков медицинских работников, вспомогательного персонала и то, как они используют их в своей работе, следуя клиническим руководствам, протоколам и стандартам.

Если говорить о компетенции руководителя, то это, прежде всего, профессиональные навыки в выработке и принятии управленческих решений.

2. Доступность медицинской помощи — эта характеристика означает, что медицинская помощь не должна зависеть от географических, экономических, социальных, культурных, организационных или языковых барьеров.

3. Межличностные взаимоотношения — эта характеристика качества медицинской помощи относится к взаимоотношениям между работниками здравоохранения и пациентами, медицинским персоналом и их руководством, системой здравоохранения и населением в целом. Корректные взаимоотношения создают атмосферу психологического комфорта, конфиденциальности, взаимного уважения и доверия.

4. Эффективность — следует рассматривать как отношение достигнутого экономического эффекта к затратам. Важность этой характеристики определяется тем, что ресурсы здравоохранения обычно ограничены, при этом эффективно функционирующая система здравоохранения должна обеспечивать оптимальное качество медицинской помощи за счет рационального использования имеющихся ресурсов.

5. Непрерывность — эта характеристика означает, что пациент получает всю необходимую медицинскую помощь без задержки, неоправданных перерывов или необоснованных повторов в процессе диагностики и лечения. Обычно соблюдение этого принципа обеспечивается тем, что пациента наблюдает один и тот же специалист, обеспечивая преемственность в работе с коллегами.

6. Безопасность — как одна из характеристик качества безопасность означает сведение к минимуму риска побочных эффектов диагностики и лечения. Это относится как к медицинским работникам, так и к пациентам.

7. Удобство — под этой характеристикой подразумевается система мер, направленных на создание оптимального лечебно-охранительного режима: обеспечение комфорта и чистоты в медицинских учреждениях, рациональное размещение палат и лечебно-диагностических подразделений, оснащение их современной функциональной медицинской мебелью, организация режима дня больного, устранение или максимальное уменьшение воздействия неблагоприятных факторов внешней среды и др.

8. Соответствие ожиданиям пациентов — для пациентов в конкретном медицинском учреждении качество медицинской помощи определяется тем, насколько она отвечает их потребностям, ожиданиям и оказывается своевременной. Пациенты чаще всего обращают внимание на удобство, результативность, доступность, непрерывность медицинской помощи, на взаимоотношения между ними и медицинским персоналом. Удовлетворенность пациентов медицинской помощью зависит от оценки качества жизни, связанного со здоровьем.

Качество медицинской помощи включает в себя три основных компонента, соответствующие по сути трем подходам к его обеспечению и оценке:

Характеристики качества медицинской помощи							
Профессиональная компетенция	Доступность медицинской помощи	Межличностные взаимоотношения	Эффективность	Непрерывность	Безопасность	Удобство	Соответствие ожиданиям пациентов
Наличие теоретических знаний и практических навыков работников учреждений сферы медицинских услуг	Медицинская помощь не должна зависеть от географических, экономических, социальных, культурных, организационных или языковых барьеров	Взаимоотношения между работниками здравоохранения и пациентами, медицинским персоналом и их руководством	Отношение достигнутого экономического эффекта к затратам	Пациент получает всю необходимую медицинскую помощь без задержки, неоправданных перерывов или необоснованных повторов в процессе диагностики и лечения	Сведение к минимуму риска побочных эффектов диагностики и лечения	Система мер, направленных на создание оптимального лечебно-охранительного режима	Удобство, результативность, доступность, непрерывность медицинской помощи

Рис. 1. Характеристики качества медицинской помощи

- качество структур (структурный подход к обеспечению и оценке);
- качество технологии (процессуальный подход к обеспечению и оценке);
- качество результата (результативный подход к обеспечению и оценке).

Качество структуры характеризует условия оказания медицинской помощи населению. Оно определяется по отношению к системе здравоохранения в целом, медицинскому учреждению, отдельному его структурному подразделению, конкретному медицинскому работнику в отдельности.

Качество технологии характеризует все этапы процесса оказания медицинской помощи. Качество технологии дает представление о соблюдении стандартов медицинской помощи, правильности выбора тактики и о качестве выполненной работы.

Качество результата характеризует итог оказания медицинской помощи, т. е. позволяет судить, насколько фактически достигнутые результаты соответствуют реально достижимым. Обычно качество результата оценивают на трех уровнях: по отношению к конкретному пациенту, всем больным в медицинском учреждении, к населению в целом.

Все компоненты качества связаны между собой и оказывают друг на друга влияние.

Управление качеством медицинской помощи включает в себя организацию и контроль над деятельностью системы здравоохранения в реализации потребностей населения в получении качественной медицинской помощи. В современных условиях система управления качеством медицинской помощи представляет собой совокупность

управленческих структур и алгоритмов действий, направленных на обеспечение пациентов качественной медицинской помощью. Эта система основывается на следующих принципах:

- использование достижений доказательной медицины;
- проведение экспертизы качества медицинской помощи на основе медицинских стандартов (протоколов);
- единство подходов в проведении ведомственной и вневедомственной экспертизы качества медицинской помощи;
- использование административных, экономических и правовых методов для управления качеством медицинской помощи;
- анализ экономической эффективности затрат по достижению оптимального уровня качества медицинской помощи;
- проведение социологического мониторинга качества медицинской помощи.

Управление качеством медицинской помощи состоит из четырех основных видов деятельности: дизайн качества, обеспечение качества, контроль качества, непрерывное повышение качества.

Дизайн качества — это деятельность по разработке системы обеспечения населения качественной медицинской помощью. Дизайн качества включает: определение целевой группы потребителей медицинских услуг; изучение запросов потребителей; определение результата, отвечающего запросам потребителей; разработку механизма, необходимого для достижения ожидаемого результата.

Обеспечение качества — это виды деятельности, планируемые и реализуемые в рамках системы управ-

ления качеством. Для совершенствования деятельности по обеспечению качества медицинской помощи необходимы: разработка соответствующей законодательной и нормативно-правовой базы по регулированию механизмов обеспечения качества медицинской помощи; приведение в соответствие с нормативно-правовой базой существующей структуры и ресурсов (кадровых, финансовых, материальных и информационных); создание соответствующих технологических стандартов и стандартов на результаты, эффективный контроль выполнения медицинских технологий и др. Контроль (определение уровня) качества медицинской помощи строится на сопоставлении достигнутых результатов с существующими стандартами (протоколами) ведения больных. Одним из механизмов контроля качества медицинской помощи, определения соответствия ее принятым стандартам служит экспертиза.

Система контроля качества медицинской помощи состоит из трех элементов: участников контроля, средств контроля и механизмов контроля.

Механизм контроля качества медицинской помощи достаточно сложен и включает в себя набор следующих ос-

новных процедур: лицензирование медицинской, фармацевтической и иных видов деятельности, осуществляемых в сфере охраны здоровья населения, аккредитацию медицинских учреждений, аттестацию медицинских работников, сертификацию лекарственных средств, изделий медицинского назначения, медицинской техники, лицензирование и др.

Таким образом, для эффективного управления качеством медицинской помощи руководители органов и учреждений здравоохранения должны постоянно разрабатывать и проводить комплекс мероприятий, направленный на повышение эффективности и результативности своей деятельности, совершенствование показателей работы учреждений сферы медицинских услуг в целом, отдельных подразделений и сотрудников. При этом в процессе повышения качества медицинской помощи четко просматриваются две взаимосвязанные и взаимообуславливающие составляющие: первая — постоянное повышение самого уровня стандартов (протоколов) ведения больных и вторая — непрерывный процесс достижения этих стандартов.

Литература:

1. Управление и экономика здравоохранения: учеб. Пособие/Под ред. А.И. Вялкова. — М.: ГЭОТАР — Медиа, 2009. — 664 с.
2. Антикризисное управление: Учебник/Под ред. Э.М. Короткова. — М.: ИНФРА-М, 2012. — 187 с.
3. Антикризисное управление: теория, практика, инфраструктура/Под ред. Г.А. Александрова. — М.: Изд-во БЕК, 2011. — 544 с.

Кредитный риск в системе управления рисками в банковской деятельности

Тарханова Елена Александровна, кандидат экономических наук, доцент;

Пастухова Анна Валерьевна, магистрант

Тюменский государственный университет

Риск — довольно распространенное понятие, его используют как существительное, в том случае, когда предполагается событие, способное нанести убытки или потери. Но данное понятие имеет место быть и для того чтобы указать на вероятность возникновения подобного события.

Началом возникновения риска в экономике считают представителей классической политэкономии. Такими исследователями как А. Смит, Д. Милль и Д. Рикардо была сформирована теория предпринимательского риска. Основная мысль данной теории заключается в том что, риск трактуется как ожидаемая величина потерь.

В противовес указанной теории была разработана неоклассическая теория предпринимательского риска, создателями которой стали А. Маршалл и А. Пигу. Исследователи провели деление риска на предпринимательский и личный. Первый вид риска, по их мнению,

связан с дифференциацией рыночной конъюнктуры, а второй возможен при использовании заемного капитала [1].

В настоящее время в российской и зарубежной литературе сложились различные точки зрения к определению сущности понятия «риск». Основная масса авторов считают, основным критерием риска можно считать то, что его можно измерить.

Распространена точка зрения, которая предполагает, что риск это событие с возможностью неблагоприятного исхода. Согласно общей теории риска, данное понятие характеризуется как вероятность наступления события с одной стороны и как размер возможного ущерба с другой.

Вместе с тем многие авторы, указывая, что риск является неотъемлемой частью экономики, не подчеркивают, что его реализация связана с ущербом для хозяйствующего субъекта.

Таким образом, было замечено, что большинство авторов акцентирует свое внимание на возможных отклонениях фактического результата от ожидаемого.

В свою очередь на базе исследуемых определений риска, автор предлагает свою трактовку данного понятия: Риск — реакция на событие, отличная от ожиданий с возможностью неблагоприятного исхода, сопровождаемого потерями.

Кредитный риск многими авторами трактуется как вероятность неоплаты задолженности по платежам и обязательствам в установленный контрактом срок [3].

По мнению автора, компоненты кредитного риска определяются следующим образом.

— Вероятность дефолта (ВД), которая может быть рассмотрена: с позиции двух простых событий:

- 1) платежеспособность
- 2) неплатежеспособность заемщика. Вероятность дефолта в этом случае иногда называют чистым риском дефолта;

— С позиции ухудшения кредитного рейтинга, которое указывает на увеличение вероятности дефолта. Вероятность дефолта в этом случае иногда называют риском миграции, а риск дефолта является последним «поглощающим» состоянием.

— Доля невозвращенных средств при дефолте по кредиту (ДНС (Д)).

В случае возникновения дефолта при условии наличия залогового обеспечения или каких-либо гарантий теряется не вся сумма кредита. Таким образом, мы приходим к понятию так называемой нормы восстановления (НВ) заемщика, которая определяется как доля всех кредитных обязательств заемщика и может быть покрыта в случае дефолта. При этом $ДНС(Д) = 1 - НВ$.

Величина номинальных потерь при дефолте (ВНП (Д)). Эта величина представляет собой сумму всех кредитных обязательств заемщика в случае его банкротства в результате реализации некоторого кредитного события (дефолта или миграции). Очевидно, что, если мы хотим определить ВНП (Д), следует рассмотреть всю позицию, подверженную кредитному риску:

— Кредиты: обеспеченные (например, ипотека) и не обеспеченные (например, кредитные карты, беззалоговое кредитование домохозяйств, потребительское и коммерческое кредитование).

— Облигации: долговые ценные бумаги, выпускаемые компанией или государством на фиксированный период обращения и дающие инвестору право на возврат номинала таких ценных бумаг, а также на получение дополнительного процента от номинала (выплаты по этому проценту от номинала называют купонами).

— Гарантии, выпущенные для клиентов. Внебиржевые производные ценные бумаги (например, свопы) несут в себе риск того, что с контрагентом может произойти дефолт и он не сможет осуществить выплату по контракту.

— Кредитные деривативы. Внебиржевые производные ценные бумаги были введены специально для того, чтобы

перераспределять кредитный риск от одного контрагента к другому; кредитные деривативы могут принимать разнообразные формы.

— Дефолтная зависимость и/или миграционная зависимость. Измерение такой зависимости — весьма сложная задача: исторических данных немного, но даже в том случае, если было бы доступно большее количество данных, одновременные дефолты в нескольких компаниях были бы редки. Эта область все еще требует тщательного изучения.

Среди всех кредитных деривативов дефолтный своп (ДС) является наиболее известным и наиболее торгуемым: покупатель дефолтного свопа периодически платит комиссию (купон) в обмен на обязательство продавца кредитного дериватива произвести оговоренные выплаты по определенному активу в случае реализации кредитного события для этого актива. Таким образом, покупатель дефолтного свопа может управлять (хеджировать) кредитным риском своего актива, не продавая его; в свою очередь продавец дефолтного свопа берет на себя забалансовый кредитный риск в спекулятивных целях.

Что касается корзины (портфеля) кредитных деривативов, то существуют долговые ценные бумаги, покрывающие потенциальный риск дефолта нескольких заемщиков: портфель из к дефолтных свопов, обеспеченные кредитные облигации (ОКО) и др. Для ОКО активы с кредитным риском (обычно это облигации или кредиты) объединяются в пул обеспечения, после чего риск пула обеспечения делится между траншами выпускаемых облигаций с разными степенями риска. В этом случае инвесторы несут кредитный риск залоговых активов.

Обеспеченные кредитные облигации используются для осуществления регулируемых арбитражных операций, поскольку они позволяют с помощью специального целевого механизма (СЦМ1), перепакующего риск, удалять из баланса активы. Хедж-фонды часто используют ОКО в спекулятивных целях [4].

Некоторые авторы проводят аналогию между кредитным риском и риском нарушения обязательств по платежам. В частности, зарубежным экономистом Дёаном Фантаццини этому понятию дается следующее определение: Риск нарушения обязательств по платежам — это неопределенность, связанная со способностью компании обслуживать свои долги и отвечать по взятым на себя финансовым обязательствам

При этом заранее невозможно идентифицировать те компании, которые смогут выполнить свои финансовые обязательства, и те, которые не смогут этого сделать. В лучшем случае мы лишь сможем дать вероятностную оценку кредитного риска. В результате компании, подверженные кредитному риску, обычно платят за пользование заемными средствами по процентной ставке, равной безрисковой процентной ставке, умноженной на коэффициент, пропорциональный вероятности нару-

шения обязательств по платежам, с помощью которого регулируется размер возмещения кредиторам за неопределенность, связанную с этими кредитными обязательствами.

В случае, когда компания (заемщик) неспособна выполнить свои обязательства перед кредитором или один из контрагентов не имеет возможности следовать условиям финансового соглашения, мы говорим, что компания или контрагент находится в состоянии дефолта. Кредитный риск также включает риск, связанный с событиями, отличными от дефолта, а именно с движением кредитного рейтинга вверх или вниз.

Отечественные исследователи уверены, что в большинстве своем кредитный риск возникает в результате неопределенности, связанной со способностью (или с желанием) контрагента выполнять свои контрактные обязательства. Этот риск характерен для банковской коммерции. Отсутствие диверсификации кредитного риска в банках (в результате концентрации в определенных географических районах и промышленных секторах) в ряде случаев приводило к банкротству. Кроме того, при введении свопов и фьючерсных контрактов, а также в результате стремительного роста объемов внебиржевых рынков кредитный риск стал иметь ключевое значение при управлении инвестициями [2].

Но главная трудность на этом пути состоит в отсутствии опыта применения залогового законодательства и недостаточном развитии страхового дела в стране.

Изучив понятие кредитные риск представленные зарубежными и российскими исследования, можно сделать вывод о том, что они являются однобокими, и не отражают комплексность понятия.

По мнению автора наиболее близко к сущности кредитного риска комплексное понятие, которое включает в себя группу рисков, в частности, риск кредитной операции, риск заемщика, риск банк заемщика и прочие риски.

Очевидна комплексность понятия, которое включает риски отказа клиента исполнить обязательства, риски невозможности исполнения обязательств, риск невозможности обслуживания клиента, риск неэффективного управления.

Таким образом, автор выявил однозначное утверждение, что кредитный риск является комплексным понятием. В результате этого сформировано новое наиболее емкое понятие: «Кредитный риск — это комплексная реакция на отклонения от ожиданий внешнего и внутреннего характера с возможностью неблагоприятного исхода, сопровождаемого потерями для банка».

Задача банка состоит в том, чтобы управлять рисками своих кредитных портфелей. Управление включает в себя серию мероприятий, в том числе удержание определенной величины резервного капитала на случай кризисных ситуаций, которая диктуется органами, надзорными за банковской деятельностью [2].

По мнению автора, существуют следующие основные виды деятельности, направленные на управление рисками:

- оценка риска кредитного портфеля;
- расчет величины регулирующего капитала и ее удержание;
- определение экономического капитала для внутренних целей;
- обеспечение диверсификации портфеля, а также выявление очагов или концентраций рисков;
- уменьшение концентраций риска путем хеджирования кредитными деривативами;
- приобретение новых кредитных рисков или «разгрузка» старых;
- сопоставление скорректированных риском эффективностей различных секторов портфеля;
- уменьшение величины резервного капитала путем перемещения определенных кредитных рисков вне баланса банка с помощью структурированных финансовых продуктов, таких, как ОКО.

Литература:

1. Бор, М. З., Пятенко В. В. Стратегическое управление банковской деятельностью. — М.: Приор-Стрикс, 2013.
2. Полищук, А. И. Управление деятельностью кредитных организаций (банковский менеджмент). — М.: Юристъ, 2012.
3. Романов, М. Н. Основные подходы к оценке кредитного риска в РФ // Банковское дело — 2010.
4. Управление и технологии. // под ред. Тавасиева, 2014.

Проблемы оформления приема лома и отходов черных металлов от физических лиц при использовании контрольно-кассовой техники

Уророва Алёна Александровна, магистрант

Тюменский государственный университет, Финансово-экономический институт

Переработка металлолома играет большое экономическое и экологическое значение. На данном этапе развития отечественной металлургии происходит рост электросталеплавильного производства, который связан с наличием существенной разницы между ценами на готовую продукцию и ценой на лом [5, с. 2]. Ниже приводится сравнение производства 1000 тонн стали из руды и использованием лома и отходов металлов (табл. 1).

Таким образом, при использовании металлического лома происходит значительная экономия не только первичного сырья, но и примерно 75% энергии, что в итоге приводит к сокращению выбросов в атмосферу углекислого газа [5, с. 2]. Поэтому потребность в ломе возрастает, и, значит, существование предприятий по его заготовке актуально.

При приеме лома заполняется приемо-сдаточный акт, затем на его основании формируется Книга учета приемо-сдаточных актов [4]. Далее возникает вопрос, как оформить выдачу денег физическому лицу — ломосдатчику.

Согласно статье 3 Федерального закона от 22.05.2003 №54-ФЗ «О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием платежных карт» организации и индивидуальные предприниматели в силу специфики своей деятельности либо особенностей своего местонахождения могут производить наличные денежные расчеты без применения контрольно-кассовой техники при осуществлении приема от населения стеклопосуды и утильсырья, за исключением металлолома. Таким образом, организации, заготавливающие лом и отходы металлов, должны применять контрольно-кассовую технику при выдаче денежных средств физическим лицам за принятый металлолом, несмотря на то, что денежные средства выдаются из кассы, а не наоборот [1]. Тем не менее, налоговые органы требуют обязательного применения контрольно-кассовой техники. Доказательством могут служить письма налогового ведомства, в частности: Письмо МНС Российской Федерации от 9 апреля 2004 года №33-0-11/281

«О применении контрольно-кассовой техники при приеме от населения металлолома», Письмо МНС Российской Федерации от 1 ноября 2004 года №33-0-14/684@ «О применении контрольно-кассовой техники при приеме от населения металлолома» и Письмо ФНС Российской Федерации от 17 мая 2005 года №22-3-11/868@ «О применении контрольно-кассовой техники».

При этом фиксируемые в фискальной памяти ККТ данные о выручке будут соответствовать суммам, выданным сдатчикам металлолома. В этом случае в кассовом чеке следует пробивать сумму, выданную сдатчику за принятый металлолом, а порядок снятия сменного Z-отчета и фискального отчета регламентирован технической документацией на применяемую ККТ [1]. В графе 10 (сумма выручки за рабочий день (смену), руб. коп.) формы №КМ-4 (журнал кассира-операциониста) данные будут соответствовать сумме выданных денег за принятый от сдатчиков металлоломом, что весьма противоречиво, так как в графе выручки будете по факту отражаться расход организации. Форма журнала кассира-операциониста унифицирована, что не дает право предприятиям переименовывать графы.

Однако, согласно статье 2 Федерального закона №54-ФЗ «контрольно-кассовая техника, включенная в Государственный реестр, применяется на территории Российской Федерации в обязательном порядке всеми организациями и индивидуальными предпринимателями при осуществлении ими наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием платежных карт в случаях продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг» [1]. В данной статье ничего не сказано про покупку, что ставит под сомнение применение ККТ при расчетах с физическими лицами за металлолом. Но, несмотря на всю логику, законодатель обязывает применять ККТ, так как согласно ст. 14.5 КоАП РФ предусмотрена административная ответственность за неприменение в установленных федеральными законами случаях контрольно-кассовой техники, что влечет предупреждение или наложение административного штрафа на граждан

Таблица 1. Оценка критериев по выплавке стали в зависимости от используемого сырья

Оценочный критерий	Производство стали		Экономия, %
	из руды	из лома и отходов металлов	
1	2	3	4
Использование первичного сырья, тонн	2278	250	90
Расход воды, м ³	62750	32600	40
Количество атмосферных выбросов, тонн	121	17	86
Отходы горнопромышленных разработок, тонн	2828	63	97

печатью (штампом). Руководитель организации внутренним приказом утверждает форму разработанных бланков строгой отчетности и назначает сотрудника, который будет нести ответственность за хранение и выдачу бланков. С этим сотрудником заключается договор о материальной ответственности. Бланки строгой отчетности принимаются к учету, на основании акта приемки. Акт утверждается руководителем и подписывается комиссией. В свою очередь, состав комиссии утверждается приказом руководителя. Учет бланков осуществляется в книге учета бланков документов. Форму книги также, можно разработать самостоятельно [2].

В бухгалтерском учете приобретение БСО отражается следующим образом:

Дт 10 «Материалы» Кт 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками» — приобретены БСО;

Дт 20 «Основное производство» Кт 10 «Материалы» — БСО переданы в использование.

Для аналитического учета БСО предназначен забалансовый счет 006 «Бланки строгой отчетности», к которому можно открыть субсчета по местам хранения и по ответственным лицам. На счете 006 отражается условная стоимость бланков, которая может составлять фактическую их стоимость, либо условную, например равную 1 рублю. При этом порядок формирования условной оценки БСО следует отразить в учетной политике [2].

В целом, введение БСО помогло бы решить возникающие проблемы при использовании ККТ.

Литература:

1. О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием платежных карт: Федеральный закон РФ от 22.05.2003 г. № 54-ФЗ (в ред. от 27.06.2011 г.) // Справочно — правовая система «Консультант — Плюс» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc; base=LAW; n=115645; fld=134; dst=4294967295; rnd=0.9914305340498686; from=131619-0>
2. О порядке осуществления наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием платежных карт без применения контрольно — кассовой техники: Постановление Правительства РФ от 06.05.2008 г. № 359 (в ред. от 14.02.2009 г.) // Справочно — правовая система «Консультант — Плюс» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc; base=LAW; n=85413; div=LAW; mb=LAW; opt=1; dst=100017; ts=8B3AFFAD88BFF20CC7DA529300988E4F; ts=B37FC94D2F0663A0B87AC68D24F9FD9FC>
3. Об административных правонарушениях: Кодекс РФ от 30.12.2001 г. № 195-ФЗ (в ред. от 27.06.2011 г.) // Справочно — правовая система «Консультант — Плюс» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.consultant.ru/popular/koap/13_16.html#p5102
4. Об утверждении правил обращения с ломом и отходами черных металлов и их отчуждения: Постановление Правительства РФ от 11.05.2001 г. № 369 (в ред. от 14.04.2003 г.) // Справочно — правовая система «Консультант — Плюс» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc; base=LAW; n=39114>
5. Шафоростова, Н. Новости рынка металлов/Н. Шафоростова // Металлургический бюллетень. — 2005. — № 1. — с. 8–14.

Организация управления производством предприятия по проведению отделочных работ

Фадеева Галина Дмитриевна, доцент;

Маркелова Иветта Владимировна, студент;

Железняков Леонид Алексеевич

Пензенский государственный университет архитектуры и строительства

В настоящее время всё более актуальным становится развитие легальных предприятий по проведению ремонтных работ. К сожалению, большая часть объёмов работ в этом сегменте рынка сейчас выполняется без оформления каких либо официальных документов, те же предприятия которые пытаются легализовать свой бизнес, не всегда умеют грамотно управлять предприя-

тием в современных рыночных условиях. Рассмотрим методы организации управления производством предприятия по проведению отделочных работ.

При непосредственном проведении работ проводится снос межкомнатных перегородок и вообще всего, что мешает проведению работ. Данный вид работ проводят сломщики, самые низкооплачиваемы рабочие. Стоимость

их работы составляет от 300 рублей в день. Основным инструментом работы является кувалда. Обычно данными работами занимаются люди без гражданства или приезжие рабочие, ищущие заработок, или же студенты, желающие заработать.

По статистике порядка у 90% компаний по ремонту не имеет постоянного штата рабочих, у которых есть свой оклад. Такой труд должен оплачиваться только сдельно. Часто приходится привлекать рабочих с соседних строек. Недостатка в строителях любой квалификации Российский рынок не испытывает. Но, если создается фирма, которая будет дорожить своей репутацией, которая напрямую зависит от качества проведенных работ, то стоит отказаться от услуг приезжих гастарбайтеров, поскольку гарантия качества, в данном случае зачастую прямо противоположна качеству проводимых работ. Также высока вероятность порчи строительных материалов.

После работы сломщиков к объекту приступают узкие специалисты — штукатуры, плиточники, паркетчики, электрики, сантехники. Бывает, что встречаются рабочие-универсалы, совмещающие в своем лице сразу несколько, как правило, родственных, специальностей, например плиточник-сантехник, которые требуют индивидуального подхода в оплате.

При создании предприятия понадобится генеральный директор. Порядок деятельности генерального директора устанавливается внутренними документами Общества и договором, заключенным между Обществом и директором. Договор между Обществом и генеральным директором подписывается от имени Общества лицом, председательствующим на общем собрании участников Общества, на котором избран генеральный директор.

Генеральный директор Общества:

— утверждает смету административно-хозяйственных расходов Общества;

— утверждает порядок использования фондов Общества;

— определяет размеры платежей за услуги Общества, осуществляемые как в рублях, так и в иностранной валюте, в зависимости от фактических расходов Общества, связанных с оказанием таких услуг, значимости, характера сделок;

— без доверенности действует от имени Общества, представляет его интересы, распоряжается имуществом, заключает договоры, в том числе и трудовые, выдает доверенности, открывает расчетные и другие счета, пользуется правом распоряжения средств;

— издает приказы о назначении на должность работников Общества, об их переводе, увольнении, принимает меры поощрения и налагает дисциплинарные взыскания;

— утверждает инструктивные материалы, размеры и сроки оплаты и премий работников Общества;

— осуществляет иные полномочия, не отнесенные к компетенции общего собрания участников Общества.

Генеральному директору подчиняется главный инженер, главный бухгалтер, специалист по кадрам.

Непосредственно генеральному директору подчиняется специалист по кадрам, на которого возложены следующие обязанности: организация работы по обеспечению подбора, расстановки, изучения и использования рабочих кадров и специалистов, участие в формировании стабильного коллектива, создание кадрового резерва и работа с ним; организация системы учета кадров, анализ текучести кадров. Специалист по кадрам под руководством главного инженера осуществляет разработку текущих и перспективных планов комплектования предприятия кадрами; проводит анализ состава, деловых и других качеств специалистов предприятия с целью их рациональной расстановки, подбора кадров на замещение должностей, входящих в номенклатуру руководителя предприятия, создания соответствующих условий для творческой деятельности, повышения образовательного и квалификационного уровня; представляет руководству предприятия предложения по улучшению расстановки и использованию рабочих кадров.

Специалист отдела кадров подготавливает и систематизирует материалы на работников при собеседовании, оформляет прием, перевод и увольнение работников в соответствии с трудовым законодательством, положениями, инструкциями и приказами руководителя предприятия, выдает различного рода справки работникам предприятия; ведет учет личного состава предприятия; осуществляет хранение и заполнение трудовых книжек, ведение установленной документации по кадрам; ведет учета стажа работников предприятия; подготавливает материалы для представления рабочих, специалистов и служащих к поощрениям и награждениям, а также подготавливает документы, необходимые для назначения пенсий работникам предприятия, представляет их в органы социального обеспечения.

В области нормирования труда совместно с главным инженером: осуществляет разработку и внедрение норм затрат труда во всех звеньях производства, обеспечение широкого применения технически обоснованных норм выработки и норм обслуживания для рабочих, специалистов и служащих, повышение удельного веса этих норм в общей трудоемкости выпускаемой продукции. Совместно с участками и другими службами занимается пересмотром норм выработки и осуществляет контроль за их выполнением. Осуществляет анализ выполнения действующих норм выработки по участкам, профессиям рабочих, изучает причины невыполнения норм выработки отдельными рабочими, разрабатывает предложения по устранению этих причин, контроль за выполнением мероприятий, обеспечивающих освоение норм.

В области организации труда специалист по кадрам осуществляет: организацию и проведение систематического изучения использования рабочего времени всеми категориями работников предприятия путем применения фотографий и самофотографий рабочего дня, хронометражных наблюдений и других методов изучения рабочего времени; выявление и анализ причин потерь рабочего

времени, разработку предложений по улучшению использования рабочего времени и осуществление контроля за их внедрением; изучает и подготавливает совместно с другими отделами и участками предложения о наиболее рациональной расстановке рабочей силы и осуществляет контроль за их выполнением.

Также специалист разрабатывает предложения по совершенствованию управления производством, осуществление контроля за соблюдением штатной дисциплины; принимает участие совместно с другими подразделениями предприятия в изучении и распространении передового опыта организации труда; разрабатывает предложения по улучшению организации рабочих мест, облегчению условий труда и сокращению трудоемких и ручных работ, а также участвует в разработке организационно-технических мероприятий, направленных на повышение производительности труда и снижение трудоемкости продукции.

На предприятии крупного масштаба будет необходим инженер, который обычно несет ответственность за организацию процесса производства, контролирует выполнение производственного плана, качество поступающего сырья, проводит контроль за качеством проведенных работ, вводит новые технологии в производстве, занимается разработкой новых видов продукции, осуществляет контроль над всем производственным процессом, занимается автоматизацией производственного процесса, устраняет причины нарушения хода производственного процесса, следит за обновлением оборудования в цехе.

В строительно-отделочной компании необходим дизайнер интерьера, который непосредственно подчиняется главному инженеру.

Основные функции дизайнера интерьера:

- исследования и анализ целей и требований клиента, а также разработка проектной документации, чертежей;
- разрабатывать предварительные эскизы (чертежи, планы, макеты) в двух- и трехмерной вариациях, учитывая нужды клиента и основывающиеся на знании принципов дизайна интерьера и теории человеческого поведения;
- убедиться, что предварительные эскизы и разработки концепции дизайна являются безопасными, функциональными, эстетически целесообразными, что они согласованы с существующим законодательством, и т.д.;

— осуществить выбор цветов, материалов для отделочных работ, с точки зрения требований безопасности, и надлежащим образом передать разработку концепции дизайна интерьера и её функциональные решения бригаде строителей-исполнителей, в доступной для них форме, предварительно согласовав все эти пункты с заказчиком;

— осуществить выбор мебели, сантехники, оборудования и материалов, которые согласуются с концепцией дизайна, включая формат чертежи и подробное описание продукции;

— осуществить разработку контрактной документации для облегчения ценообразования бюджета ремонта, закупки и установка мебели, сантехники.

— наблюдать и сообщать информацию о ходе и завершении разработки проекта, в дополнение к проведению оценки после начала и промежуточных отчетов по расходной части дизайн-проекта.

Для оформления финансово-хозяйственной деятельности предприятию обязательно необходим бухгалтер, который будет вести учет всех денежных средств предприятия и всех хозяйственных операций», связанных с материальными ресурсами, составлять отчетность и предоставляет ее в соответствующие органы, вести отчет по налогам, составлять калькуляцию себестоимости проведенных работ, осуществлять расчеты с поставщиками сырья и заказчиками выполнения услуг, представлять результаты финансово-хозяйственной деятельности предприятия, отвечать за сохранность документов. Для перевозок на автомобиле «Газель» требуется водитель.

Для ведения непосредственной деятельности необходим бригадир. Он должен распределять работу в бригаде, следить за дисциплиной рабочих, решать проблемы внутри бригады, отвечать на вопросы рабочих.

В большинстве случаев при работе с одной квартирой может последовательно работать до 20 человек, что позволяет обеспечить на практике конвейерную точность.

Авторы убеждены, что ремонтно-отделочные организации должны функционировать в составе регионального строительного кластера [1], [2].

Литература:

1. Гарькин, И. Н., Гарькин И. Н. Строительный кластер: взаимодействие между строительными предприятиями // Журнал «Молодой ученый», №4 (63, апрель 2014 г.), Ч. 4 с. 155—157.
2. Гарькин, И. Н., Гарькина И. А., Маркелова И. В. Реализация кластерной политики: повышение конкурентоспособности экономики региона // Современные проблемы науки и образования №4 2014 г.

Формирование моды на велосипед как способ решения транспортных проблем в мегаполисах

Федоров Владимир Анатольевич, кандидат экономических наук, доцент
Высшая школа экономики (г. Санкт-Петербург)

Развитие глобализационных процессов предопределяет урбанизацию населения и расползание территорий городов. Вследствие урбанизации происходит рост объемов и дальности внутригородских поездок, что в свою очередь становится причиной перегруженности улично-дорожной сети.

Общепризнанной и наиболее эффективной мерой оптимизации использования пространства улично-дорожной сети является развитие общественного транспорта. Но для того, чтобы общественный транспорт стал реальной альтернативой индивидуальному транспорту, он должен иметь достаточно плотную сеть остановок, короткие интервалы движения и высокую скорость, а значит быть дорогим для городских сообществ. Между тем сообщества, живущие в городах с ярко выраженными постиндустриальными тенденциями, уже не способны не только развивать, но и содержать столь дорогую инфраструктуру городского пассажирского транспорта, созданную предыдущими поколениями под градообразующие производства. Задача удержания существующих объемов перевозок общественным транспортом в городах должна уступить место задаче достижения оптимального соотношения между личным и общественным транспортом.

Существенно изменить положение поможет смена приоритетов перемещений в городских центрах, где перемещения в подавляющем большинстве должны осуществляться на общественном транспорте и велотранспортных средствах, дополняя друг друга. Под велотранспортными средствами понимаются не только велосипеды, но и велотандемы, веломобили, педелеки (обычные велосипеды с маломощным электродвигателем), инвалидные коляски, другие колесные мускульные средства передвижения, а так же роликовый транспорт. Необходимо отметить, что отношение к мобильности городского населения во всем мире становится всё более прагматичным и мультимодальным, а необходимость интегрирования велосипедного и общественного транспорта становится всё более очевидной.

Одним из рычагов, для данной интеграции могло бы быть формирование моды велосипед, как на транспортное средство. мода может быть на любую из систем городского пассажирского транспорта. Но поскольку мода связана с проявлением индивидуальности, наиболее ярко она проявляется в личном транспорте, к которому относятся личные автомобили и велосипедный транспорт. А главное, что именно от их доли в общей структуре поездок на работу и учебу зависят транспортные заторы.

Управление модой на транспортные средства является одной из малоизученных тем, но как показывает опыт

может играть роль самостоятельного регулятора в транспортных системах. В современных условиях научный интерес к управлению модой на транспорт может быть связан, как со способом борьбы с транспортными заторами, так и с малоподвижным образом жизни жителей современных городов.

В истории велосипеда интерес общества к нему менялся от всеобщего увлечения, граничащего с манией до полного забвения, и наоборот, а велосипед, в свою очередь, столь же неоднократно менял моду и был решающим импульсом к созданию новых форм общественного поведения. Прародителем велосипеда была дрезина — изобретенное в 1815 году в Германии транспортное средство, состоящее из двух тележных колес одинакового размера и перекладки с примитивными сиденьем и рулём.

Второе «рождение» велосипеда было связано с сконструированным в 1870-х годах педальным приводом. Появились знаменитые велосипеды-пауки. Отсутствие конкуренции со стороны ещё редких тогда автомобилей вывели велосипед в первые ряды технических новинок. Становлению этого лидерства активно помогали специальные периодические издания, которые наперебой писали о чудесном избавлении при помощи велосипедных прогулок от множества недугов. Это в свою очередь способствовало появлению разнообразных клубов и обществ, объединявших людей под знаком преданности велосипеду.

Начиная с 1890-х годов настал золотой век велосипедов. Новые конструкции имели одинаковые по размеру колеса, задний цепной привод увеличил скорость, а массовое производство снизило стоимость велосипеда. Но спустя годы первенство снова перехватили автомобили, и популярность велосипеда снова упала.

Новый всплеск моды на велосипед наблюдался в середине 90-х годов прошлого века и связан он был с появлением так называемых горных велосипедов.

В настоящее время мы проходим очередную фазу моды на велосипед. Ездить на работу на велосипеде снова стало модным. Помимо интереса к самим велосипедам пришла мода на всякое велосипедное снаряжение и аксессуары. Велосипед, постепенно двигается в направлении персонализации. Для многих велосипеды становятся новым способом подчеркнуть индивидуальность и свой социальный статус. Подгонка велосипеда под требования конкретного пользователя стала одновременно и модой, и бизнесом. Концепция кастомайзинга (персонализации) велосипеда способствует укреплению позиций велосипеда в городе. Превращение стандартного изделия в нечто индивидуальное и уникальное — вот как можно определить явление кастомизации велосипеда. Данная тенденция

породила новый сегмент рынка, специализирующийся на кастомайзинге велосипедов. Блоги и форумы активных его сторонников являются основным источником вдохновения для желающих модифицировать свой велосипед.

Как система, велосипедный транспорт обладает огромными преимуществами, благодаря чрезвычайно низким издержкам, практически полному отсутствию негативных внешних эффектов, а также заметному вкладу в формирование города или района, удобного для жизни.

Устойчивое и эффективное функционирование велотранспорта является необходимым условием сохранения здоровья населения, повышения его физической активности, повышения качества жизни и подвижности населения, приближения его к общеевропейскому уровню,

экономического роста, улучшения экологии, сохранения природного окружения на высоком уровне, создания комфортной среды для жителей в городах, улучшения планирования городской инфраструктуры.

Схематически основные преимущества организации велосипедного движения представлены на рисунке 1.

Для использования основных преимуществ организации велосипедного движения в борьбе с пробками, грязным воздухом и лишними транспортными расходами достаточно построить в городе хорошую сеть велопроката. Пока такие сети есть в 600 городах на пяти континентах, причем появились они только в последние десять лет. Ведутся работы по созданию сети паневропейских велосипедных трасс EuroVelo длиной 1537 км. Эта сеть будет

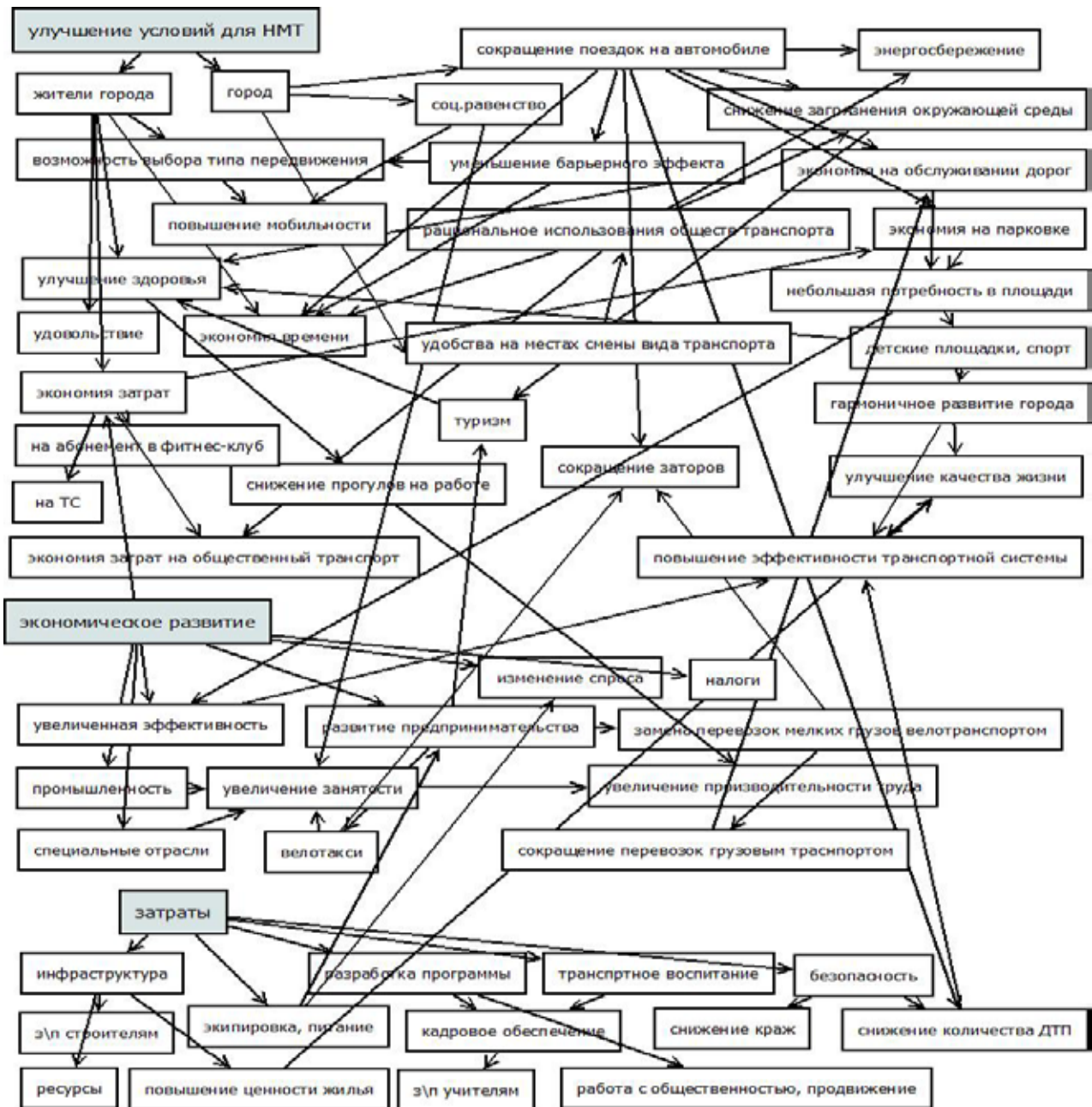


Рис. 1. Основные преимущества организации велосипедного движения

частью трансъевропейской велосети общей протяженностью 66000 км.

Велосипед в странах Северной Европы — это образ жизни. Для этого, к примеру в Дании, где специальные велосипедные дорожки встроены в транспортную систему, велосипед имеют 9 из 10 человек, и каждый год в стране продаётся полмиллиона велосипедов (при этом население страны составляет 5,6 млн). Интересная статистика по Дании [1].

- 16% всех поездок совершаются на велосипеде;
- Каждый житель Дании в день проезжает в среднем 1,1 км;
- 17% мужчин и 36% женщин ездят на велосипеде на работу/учёбу;
- Основная причина, по которой взрослые не ездят на работу на велосипеде, — большие расстояния;
- 45% всех детей в Дании ездят в школу на велосипеде.

Для популяризации велосипеда на западе обычно принимаются следующие меры:

- Устройство велосипедных дорожек, велосипедных стоянок на вокзалах и автостанциях;
- Оборудование пассажирских поездов специальными вагонами для пассажиров с велосипедами.
- Во многих крупных городах Европы и в США существуют системы проката велосипедов, включающие в себя множество специальных парковок, на которых можно автоматически брать велосипед. Необычный дизайн и раскраска велосипедов не позволяют выдать их за собственные. Возвращать велосипед можно на любую удобную парковку. Такие системы есть в Стокгольме, Париже, Лондоне, Берлине и других городах. В некоторых городах существуют особенные велосипедные дорожки, на которых можно принять душ. На подобных стоянках можно воспользоваться запирающимся на ключ шкафчиком и одноразовым полотенцем.

Хорошо организованные велопрокаты помогают решить множество проблем, в повышении комфортности и престижа городов, а именно:

1. Не нужно строить большие мосты и скоростные трассы;
2. Хорошая велопрокатная сеть сама себя окупает даже при минимальных тарифах, тогда как метро или автобусы окупаются меньше чем на половину (и это притом, что за поездку на метро или автобусе пассажир платит на много больше, чем за поездку на арендованном велосипеде);
3. Решается «проблема последней мили», то есть арендованный велосипед позволяет добраться от ближайшей станции электрички или метро до дверей. И в этом смысле велосипед гораздо удобнее и эффективнее, чем, например, перехватывающие парковки, до которых нужно ехать на собственном автомобиле;
4. В городах с плотным трафиком (Нью-Йорк, Нью-Мехико) или с большими ограничениями на автомо-

бильные передвижения по центру (Амстердам) велосипед является еще и самым быстрым видом транспорта.

В создании велотранспортных систем городов существует два пути. В соответствии с одним из них государство (муниципалитет) создает и развивает необходимую велоинфраструктуру, на базе, которой развивается велотранспорт. В соответствии с другим, государство (муниципалитет) формирует моду на велосипед, которая в свою очередь выступает в качестве локомотива для привлечения инвестиций в строительство велоинфраструктуры, аналогично тому, как строится инфраструктура в стране для личных автомобилей. Второй путь, как нам представляется, является более предпочтительным в силу своей эволюционности.

Для доказательства исследуем причину, по которой при столь значительных преимуществах велосипеда, последний все же уступает тренд лидерства автомобилю. Отчасти ответ заключается в отсутствии инвестиций в велопрокаты и строительство велоинфраструктуры со стороны частного бизнеса.

Это связано с тем, что с позиций решения городских транспортных проблем, роль велотранспорта не так очевидна. Чтобы обосновать ее количественно, необходимо сравнить скорость, грузоподъемность, комфортность перемещения, защищенность от внешнего воздействия, зимой и летом, для велотранспорта с аналогичными показателями для личных автомобилей. Кроме того необходимо рассчитать расходы на инфраструктуру, эффективность её использования и экономический эффект использования транспорта. Так же необходимо учитывать, что каждый пользователь имеет свою точку зрения, свои интересы. В западных странах на эту тему проводятся многочисленные исследования, созданы специальные институты и кафедры в университетах, специальные интернет-порталы. Для российских городов пока такие исследования отсутствуют.

Если исходить из того, что эффективность транспортной системы — это отношение полезных конечных результатов ее функционирования к затраченным ресурсам, то необходимо признать, что данная задача принципиально не имеет количественного решения. Дело в том, что цель функционирования транспортной системы города заключается в повышении качества жизни на той территории, где она функционирует. А система измерения качества жизни формализована недостаточно, и чаще всего рассматривается, как система показателей, характеризующих степень реализации жизненных стратегий людей, удовлетворения их жизненных потребностей.

В расчетах экономической эффективности велотранспорта используется методика HEAT (Health economic assessment tools for walking and for cycling) [2], разработанная под эгидой Всемирной организации здравоохранения (WHO), в которой в качестве главных факторов рассматриваются только положительное влияние велотранспорта на здоровье человека и уменьшение нагрузки на улично-дорожную сеть. В числе общей стоимости поездки на велосипеде в данной методике учтены влияние

на окружающую среду, время поездки, вероятность ДТП и многие другие. Понятно, что при таком количестве показателей трудно рассчитывать на точность конечных результатов. Тем не менее, следует обратить внимание на порядок цифр, полученных в результате расчетов. Согласно данной методике, стоимость поездки на велосипеде более чем в 60 раз дешевле, чем на автомобиле [2]. Однако сами авторы не настаивают на достоверности своих расчетов, отмечая, что монетизация доходов является весьма спорной из-за наличия множества факторов и отсутствия однозначного целевого критерия. Сложность расчетов можно проиллюстрировать на следующем примере учета смертности и заболеваний. Так ранняя смертность снижает расходную часть государственного бюджета на пенсионные выплаты, уменьшение доли использования автомобиля приводит к сокращению доходов автомобильной индустрии, снижение заболеваний снижает доходы здравоохранения и фармацевтики. Понятно, что в таком расчете будет велика роль погрешности.

Таким образом, проблему недостаточного развития велосипедного транспорта необходимо отнести к типу слабо решаемых рыночными методами. Без расчета экономической эффективности частный бизнес не будет осуществлять инвестиции, поэтому, ввиду высокой социально-экономической значимости для общества, государство должно активно способствовать развитию велодвижения в обществе.

Для России наиболее близким является опыт развития велодвижения в Германии. Германия, как и Россия, имеет федеральную структуру и немецкий опыт сочетания интересов и возможностей трех уровней власти может быть полезен для нашей страны. Так федеральное правительство в Германии осуществляет контроль и направляет деятельность в областях, имеющих отношение к велотранспорту. Для этого при профильном Министерстве транспорта создан экспертный совет из представителей общественных организаций и муниципальных органов. Региональные власти отвечают за строительство и содержание региональных дорог, а также за выделение фондов муниципальным властям. Местные власти отвечают за строительство и содержание муниципальных дорог и иных путей передвижения.

Исходной точкой «велосипедной революции» в Германии стал «Национальный план развития велосипедного транспорта 2002–2012» [3]. Идея Плана заключалась в интеграции велотранспорта в существующую систему. Кроме того в основу Плана были положены проекты по продвижению велотранспорта, не требующие специальных инвестиций (non-investment projects).

Применительно к России одним из таких проектов в общей программе мог бы стать проект развития моды на велотранспорт.

Мода возникает только в обществе, имеющем существенное социальное неравенство, а именно, где есть равенство прав при неравенстве возможностей. Движут модой два мотива. Первый — подражание с целью пере-

нять опыт или хороший вкус, второй — страх оказаться вне общества. Модный человек стремится быть похожим на свою эталонную группу и отличаться от тех, кто к этой группе не принадлежит. В качестве эталонных групп выступают влиятельные публичные люди: популярные актеры, тележурналисты, видные политики, звезды спорта.

Мода превращается в реальность, то есть востребуется потребителями, если она опирается на соответствующие изменения в настроениях и потребностях широкой публики. Кроме того мода является частью культуры населения страны, которая имеет устойчивые формы поведения, потребления, передающиеся из поколения в поколение.

К числу участников создания моды относятся также потребители моды. С точки зрения скорости принятия и усвоения модных моделей они делятся на следующие группы:

1. Инноваторы (*пионеры, экспериментаторы*). Это самая малочисленная группа потребителей. Те из них, кто обладает способностью влиять на поведение окружающих, оказываются членами референтных групп — творцов моды. Сюда же входят люди, любящие новизну и риск. Для развития моды на велосипед это наиболее интересная и требующая поддержки группа. Это группа «эталона», которой будут подражать другие потребители моды, своего рода «модный приговор».

2. Лидеры. Эта группа идет впереди большинства, но избегает опасного экспериментирования. Собственно, только после усвоения ими новой модели потребления можно говорить о становлении модной тенденции.

3. Раннее большинство (*подражатели, ранние последователи*). Это те, кто составляет массу «модных людей». Они используют новые модели потребления, лишь оказавшись в довольно большой «передовой» группе. Когда эта группа примет модель повседневных поездок на велосипеде, можно уже уверенно говорить о том, что велосипед стал объектом моды.

4. Позднее большинство (*скептики, консерваторы*). Для них характерна смесь консерватизма и стремления быть «как все». Они следуют моде не потому, что хотят быть модными, а потому, что не хотят быть «белыми воронами».

Продвижение велосипеда на первой волне его популярности в большей степени обязано женщинам. Неожиданно, этот вид транспорта и возникшие вместе с его развитием, потребности, стали прямым и весьма действенным орудием женской эмансипации. Почти все историки моды сходятся во мнении, что ничто так не преобразило женский костюм, как велосипед. По меткому выражению Э. Гиль «Женщина въехала в XX в. на велосипеде» [4]. Данный феномен необходимо использовать и на современном этапе. Очень интересным бы на наш взгляд мог стать проект популяризации модных тенденций использования велосипеда с помощью телевидения. Речь идет о еженедельной передаче аналогичной «модному приговору», но с использованием одновременно двух на-

правлений — женского велокостюма и коррекции веса. Данная телевизионная передача помогла бы многим женщинам найти свои эталонные группы для подражания. Подтверждением того, что развитие моды на велосипед необходимо начинать с женщин является структура городских велопередвижений в европейских странах. Так в Дании, женщины в два раза чаще пользуются велосипедами чем мужчины: 17% мужчин и 36% женщин ездят на велосипеде на работу или учебу [1].

Исследование роли моды на велосипед для решения транспортных проблем в российских мегаполисах проведенное в данной статье, позволяет сделать следующие выводы:

1. В городах, удобных для жизни, формирование транспортных систем должно быть направлено на оптимальное сочетание различных видов транспортных средств для передвижения по городу.

2. Велотранспорт — не столько способ обеспечения транспортной мобильности, территориальной доступности, сколько именно основа жизнедеятельности горожан, возможность решения социальных проблем городского населения. Поскольку потребность в перемещении жители могут удовлетворить сами, не завися от монополистов (автоиндустрии), властей, налогов,

дорог, цены на топливо, гаражей и площадок для размещения и парковок. Играет роль и выравнивание статуса — на велодорожке все равны.

3. Существующие в настоящее время подходы к оценке экономического эффекта не позволяют адекватно количественно оценить эффект социально значимых проектов.

4. Ввиду высокой социально-экономической общественной значимости, необходимо государственное стимулирование развития велосипедного транспорта, осуществляемое через пропаганду, бюджетное финансирование, налоговое стимулирование моды и другие механизмы воздействия.

5. Необходимо проводить комплексные обследования поездок на велотранспорте, включая не только поездки на работу, но и поездки со сменой вида транспорта (автомобиль и общественный транспорт), и активный отдых.

6. Для координации развития велотранспортной системы при Администрациях городов целесообразно создавать отраслевые комитет по развитию велотранспорта.

7. Для популяризации модных велотенденций использовать специальные телепередачи на национальном телевидении.

Литература:

1. Facts about Cycling in Denmark URL <http://cycling-embassy.dk> актуальна на 01.04.2014 г.
2. Nationaler Adverkehrsplan URL http://www.nationaler-adverkehrsplan.de/en/transferstelle/downloads/cye_o-01_national-cycling-plan.pdf актуальна на 01.04.2014 г.
3. Evaluating Public Transit Benefits and Costs URL www.vtpi.org/tranben.pdf актуальна на 01.04.2014 г.
4. Капустина, Д. М. Мода на велосипед и её влияние на развитие женского спортивного костюма в конце XIX — начале XX в. // Молодой ученый 2013 №7 с. 459—462.
5. Концепция развития велосипедного движения в Санкт-Петербурге [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.openurbanlab.org/>.

О формирования эффективной системы сбора «дорожных денег» в России

Федоров Владимир Анатольевич, кандидат экономических наук, доцент
Высшая школа экономики (г. Санкт-Петербург)

Сегодня наиболее распространенными налогами и сборами с пользователей автомобильных дорог, применяемыми в мировой практике, являются:

1. **Транспортный налог (Vehicle Taxes)** — фиксированные налоги, которые взимаются с покупки и владения транспортными средствами.

2. **Налоги на ГСМ (Fuel Taxes)** — переменные налоги (акцизы), которые взимаются с продажи топлива.

3. **Виньетки (Vignettes)** — полуфиксированные сборы за право использования дорожной сети или ее части на определенный период времени (день, неделя, месяц или год).

4. **Сбор за километр пробега (Distance-Based Network Charges)** — сборы за любую поездку по дорогам, которые могут варьироваться в зависимости от маршрута, времени суток или типа транспортного средства.

5. **Сборы за въезд в городскую зону (Cordon Tolls)** — сборы за право въезда в определенную городскую зону.

6. **Точечные сборы (Point Tolls)** — сборы, взимаемые за право использования конкретного объекта (туннелей, мостов, паромов).

7. **Сборы за парковку (Parking Fees)** собираются за право пользования парковкой.

8. **Сборы для ликвидации заторов** (Congestion Pricing) — сборы, предусматривающие более высокие тарифы в густонаселенных районах, предназначенные для снижения пиковых нагрузок и во многих случаях меняющиеся на конкретный момент времени.

9. **Плата за использование транспортных средств малой вместимости** (High Occupancy Toll), которая предусматривает взимание сбора с транспортных средств с малым количеством пассажиров.

Кроме дорожных налогов и сборов, на западе еще одним регулятором транспортных потоков является страхование автомобилей с учетом их использования (Pay-As-You-Drive Vehicle Insurance), также называемое страхованием, основанным на величине пробега (Distance-Based Insurance) и определении размера страховой премии, исходя из ежегодного пробега автомобиля. Смысл такого страхования: чем больше пробег, тем больше плата за страховку и наоборот.

Хотя управление дорожным хозяйством в Европе и Америке, как правило, имеют бюджетное финансирование, сборы с участников дорожного движения становятся все более важным и эффективным инструментом в регулировании дорожного движения и финансировании дорожного хозяйства.

В настоящее время проблема дорожных сборов становится актуальной для регулирования дорожного движения и финансирования дорожного хозяйства в России. Речь идет о системном подходе в области транспортных сборов и налогов с пользователей автомобильных дорог, и наша страна стоит только на первой ступени такой системы, поскольку использует меньшую часть перечисленных выше налогов и сборов. К тому же последние годы существующая система обложения налогом транспорта физических лиц подвергается обоснованной критике, как законодателями, так и самими налогоплательщиками.

Действительно, существующая схема, когда транспорт облагается налогом в зависимости от мощности двигателя, имеет ряд существенных недостатков.

Во-первых, в настоящее время транспортный налог в России не имеет целевого характера, то есть все средства, полученные от его взимания, направляются в регио-

нальный бюджет и могут расходоваться региональными властями на любые цели в рамках действующего законодательства. Хотя нужно признать, что транспортный налог в бюджете второго по величине города страны вопреки мнению автомобилистов, покрывает лишь незначительную часть расходов на транспортную инфраструктуру (Таблица 1)

Во-вторых, подвергается критике налоговая база, которой является мощность двигателя, выраженная в лошадиных силах. В связи с тем, что мощность двигателя напрямую не связана ни с объемом вредных выбросов в атмосферу, ни с размерами занимаемыми автомобилем на улично-дорожной сети. Получается, что высокий транспортный налог на автомобили большей мощности (более 200 и более 250 лошадиных сил) выступает в качестве своеобразного «налога на роскошь». Но в действительности это не так, поскольку и старые и недорогие автомобили могут иметь высокую мощность при невысокой цене.

В таблице 2 проведено сравнение ставок транспортного налога для различных автомобилей, попадающих в категорию «свыше 250 лошадиных сил».

Из приведенных в таблице данных следует, что налог частично перекладывается на менее обеспеченных людей, не имеющих возможности приобрести новый автомобиль, а вовсе не является «налогом на роскошь». Более того доля налога в стоимости старого автомобиля превышает 10%, что является необоснованно завышенной величиной.

Непонимание и недовольство вызывает у многих и то, что транспортный налог начисляется просто за факт обладания зарегистрированным автомобилем вне зависимости от способа, частоты, интенсивности и других параметров его использования. Речь идет о несправедливом налогообложении в отношении транспортных средств исключительно сезонного использования (мотоциклы) и транспортные средства, используемых владельцами только в определенное время года («дачники», жители крайнего севера). Владельцы данных транспортных средств вынуждены платить налог за них в полном объеме, даже если используют его несколько раз в году, а значит, практически не пользуются дорогами, не загрязняют атмосферу

Таблица 1. Анализ доли транспортного налога в структуре доходной части бюджета Санкт-Петербурга за 2010–2011 гг. [1]

Год	Доходная часть бюджета (тыс. руб.)	Сумма транспортного налога (тыс. руб.)	Доля транспортного налога в доходной части бюджета %	Расходы комитета по развитию транспортной инфраструктуры (тыс. руб.)
2010	329076703,2	5860867,5	1,8	40664296,9
2011	380864370,8	6328211,3	1,7	23066801,5
2012	368133048,0	6958039,1	1,9	24872413,5
2013	391185440,7	7645214,7	2,1	38372200,9
2014	410086304,0	8657177,8	2,1	46259159,3

Таблица 2. Анализ сумм транспортного налога для мощных автомобилей различной стоимости и года выпуска

Автомобиль	Год выпуска	Стоимость автомобиля руб.	Мощность л. с.	Ставка налога руб./л. с. силы*	Сумма налога руб.	Налог, % от стоимости
Audi S8	1999	450000	360	150	54000	12,00
Subaru Legacy B4 turbo	2000	300000	260	150	39000	13,00
Audi A84.2	2010	4500000	372	150	55800	1,24
Subaru Legacy 2,5 GT	2010	1700000	265	150	39750	1,86
Lexus G5460	2010	2800000	347	150	52050	3,08
Toyota Camry 3.5	2010	1350000	277	150	41550	2,37
Subaru Impreza WRX STI	2010	1900000	300	150	45000	1,63
Porsche Cayenne Turbo	2010	4600000	500	150	75000	1,71

*Ставки налога утверждены Законом Санкт-Петербурга от 12.11.2012 №559–94

и не совершают иных действий, которыми можно было бы обосновать налог в их отношении.

В-третьих, прогрессивная шкала ставок для владельцев машин с мощностью двигателя, отличающейся всего на одну единицу, размер налога может отличаться в разы.

В-четвертых, транспортный налог имеет низкую собираемость, которая составляет по физическим лицам на сегодняшний день менее 50%. Это происходит в основном из-за отсутствия у налоговых органов действенных рычагов воздействия на должников, так как долг с физического лица может быть взыскан принудительно только по решению суда при участии судебного пристава.

В Европе и США транспортного налога как такового вообще не существует. Вместо транспортного налога используются повышенные акцизы на топливо или плата за экологические выбросы.

В Дании при регистрации автомобиля собственник платит 105 процентов стоимости машины. Если же автомобиль стоит больше 34 тысяч крон (это чуть меньше 18000 долларов США), то владелец платит уже 180 процентов его цены. При этом в Дании акцизом облагается и бензин — то есть водители платят налог дважды: при регистрации и при использовании автомобиля. Кстати, и сами автомобили в этой стране дороже, чем в других государствах Европы из-за высокого налога на импортные товары.

В США транспортный налог включен в цену на топливо. Часть такого налога, поступает в федеральный дорожный фонд, а часть в дорожный фонд штата, в котором было продано топливо. Такой подход позволяет не только наполнять дорожные фонды, но и регулировать транспортную и экологическую ситуацию, благодаря принципу «кто больше ездит, тот больше платит» [2].

В Израиле все автомобили условно поделены на 15 экологических групп по уровню загрязнения окружающей среды. Покупатели машин с самым большим выбросом CO₂ платят 92 процента стоимости автомобиля. Минимальный же налог — 10 процентов цены платят владельцы электромобилей. В среднем владельцы автомо-

билей платят около 70 процентов стоимости автомобиля. В итоге вместе с налогом, например, «Mazda 3» в Израиле стоит приблизительно 30000 долларов США.

В Японии нельзя поставить машину на учет без справки о том, что для нее есть парковочное место. Эта плата составляет в среднем 500 долларов США в месяц. Кроме того, владельцы машин обязаны проходить техосмотр — новым автомобилям «талон» выдается на три года, а затем процедура нужно повторять ежегодно. Стоит техосмотр для небольшого автомобиля 1300 долларов США. Техосмотр для большого и мощного автомобиля в разы дороже. При покупке машины, платится около 5 процентов ее стоимости. При регистрации разовый налог исчисляется в зависимости от объема двигателя и массы автомобиля. К тому же ежегодно в мае японцы платят собственно сам транспортный налог. Он также варьируется в зависимости от массы и объема двигателя. Для владельца «Land Cruiser» нужно будет заплатить 500 долларов США. Тем самым власти Японии стремятся улучшить непростую транспортную ситуацию в стране, побуждая граждан пересаживаться на более компактные автомобили. Все деньги, собранные японскими налоговиками, направляются на поддержку и поощрение перспективных разработок в автомобильной сфере. Таким образом, сегодня японцы платят за то, на чем они будут ездить завтра.

В Китае действует система обложения налогом в зависимости от его цены автомобиля, направленная на поддержку и развитие внутреннего рынка. При постановке на учет владелец машины местного производства платит около 10% от ее стоимости, а за иномарку уже 40% ее стоимости. Кроме того, сбор в дорожные фонды включен в цену топлива [3].

В Австралии налоговые ставки почти не различаются, все граждане платят одинаково: 10 процентов от цены легкового автомобиля и 5процентов — от грузового. Но владельцам дорогих автомобилей приходится доплачивать еще и «за роскошь» — 33 процента от стоимости машины. Роскошными в Австралии считают все автомобили дороже 57000 долларов США.

Сборы, основанные на объеме выбросов CO₂, действуют в Германии и Франции [3]. В Германии владельцы автомобилей платят одновременно за объем двигателя и за объем выброса CO₂. Почти идентичная система действует и во Франции. При регистрации нового автомобиля его хозяин уплачивает в бюджет пошлину, величина которой зависит от мощности двигателя автомобиля (а не от его объема, как в Германии). Вдобавок владельцы большинства машин должны платить за каждый грамм CO₂, который автомобиль выбрасывает в атмосферу. Но от уплаты этого разового налога освобождены хозяева автомобилей, которые выделяют менее 200 граммов газа на километр. Деньги, собранные с «выхлопа», направляются на финансирование экологических программ Франции.

Подводя итог краткому обзору зарубежных систем взимания транспортного налога, можно сказать, что целевые дорожные налоги, заложенные в цену моторных топлив, стали к 1960–1970-ым годам прошлого века общепринятой формой платы за пользование дорогами. Поскольку никакого объективного измерителя объемов потребления услуг дорожного хозяйства, помимо потребления бензина и дизтоплива, не существует до настоящего времени. Разве что с приходом электромобилей, данный подход потеряет свою актуальность. Чем больше объемы движения, тем больше суммарный расход топлива и, соответственно, масса дорожных налогов. С увеличением последней растут возможности дорожных фондов (национальных, региональных, городских) по финансированию развития сети дорог. Система «дорожных денег» оказала также значительное воздействие на формирование правового самосознания автомобилизированной части населения. В массовом сознании закрепился принцип: дорога — благо общего доступа, существующее на деньги автовладельцев, которые передают дорожные деньги в траст государству исключительно из соображений технического удобства. «Дорожные деньги» позволяет вести масштабное дорожное строительство синхронно с развитием автомобилизации населения.

Что касается российской системы сбора транспортного налога, то в отношении справедливости налогообложения обычно предлагаются два основных мероприятия:

1. *Изменение прогрессивной шкалы ставок транспортного налога с целью сглаживания «ступеней».* Особенно это касается дифференциации ставки налога для машин с двигателем от 100 до 150 лошадиных сил, так как данная категория по статистике является в стране самой популярной. Однако при таком подходе не достигается цель усиления регулирующей функции транспортного налога, так как не меняется базовая характеристика расчета налога — мощность двигателя.

2. *Дифференциация ставок транспортного налога в зависимости от экологического класса автомобилей.* **Современные мощные автомобили, отвечающие стандартам «Евро-4», производят намного меньше вредных выбросов, чем старая маломощная карбюраторная машина.** Соответствие экологическому стан-

дарту «Евро-2», «Евро-4» и других в данном случае должно быть внесено в техпаспорт автомобиля. Предполагается, что размер налога будет регулироваться системой коэффициентов, применяемых к базовой ставке в зависимости от экологического класса автомобиля. В реальности вычислить владельцев старых авто по экологическому классу будет крайне сложно, поскольку принадлежность к экологическому классу в документах не указана. Данная мера потребует ужесточения техосмотра, во время которого придется отслеживать экологически вредный транспорт.

На наш взгляд целесообразно отменить транспортный налог с одновременным увеличением ставок акцизов в ГСМ. Это будет соответствовать интересам автомобилистов, поскольку вместо фиксированной ставки транспортного налога предлагается платить в зависимости от объема потребления топлива. Кроме принципа справедливости в таком подходе имеется четкая связь размера налога, как с интенсивностью использования дорог, так и с объемом загрязнения окружающей среды. Вторым положительным моментом для регионов будет более равномерное наполнение бюджета. Удобна такая система и для налогоплательщиков, так как налог уплачивается не одной, достаточно крупной суммой, а относительно малыми частями на протяжении длительного времени. Такой подход к определению размера налога предоставляет в определенной степени возможность автовладельцам самим регулировать годовую сумму налоговых отчислений посредством регулирования количества поездок и объема потребленного топлива. Отмена транспортного налога позволит так же отменить печать и рассылку налоговых уведомлений, синхронизацию данных с ГИБДД, взыскание недоимок и т.д. Кроме того, решается проблема роста задолженности по транспортному налогу, так как уплачивать налоги в бюджет в виде акцизов будут не физические лица — собственники транспортных средств, а нефтеперерабатывающие предприятия.

Основным препятствием для отмены транспортного налога является ограничение возможности предоставления льгот отдельным категориям налогоплательщиков, таким как инвалиды, герои СССР и Российской Федерации, ветераны и другим.

Однако, во-первых, количество льготников среди автомобилистов относительно невелико, поэтому решить вопрос с данной категорией налогоплательщиков можно на индивидуальной основе путем предоставления денежной компенсации. А во — вторых, замена транспортного налога акцизом на топливо особенно выгодна людям небогатым, например, пенсионерам, многие из которых используют свой автомобиль всего несколько раз в год.

Второй значительной проблемой, является непрозрачность цен на бензин и неизбежное их повышение с введением акцизов.

Однако доводы в пользу отмены транспортного налога путем включения его в акциз на ГСМ, по нашему мнению, более весомые, чем аргументы в пользу сохранения суще-

ствующей системы взимания налога и попыток ее корректировки.

Резюмируя все вышеизложенное можно сделать следующие выводы:

1. Транспортные налоги и сборы должны быть гибкими и соответствовать уровню загрязнения, длине и времени поездки;

2. Необходимо производить оплату таким образом, чтобы улучшить пропускную способность транспортной инфраструктуры в местах ее использования;

3. Необходимо проводить научные исследования, связанные с изучением регулирующего воздействия дорожных сборов на уровень загрузки дорог, окружающую среду и экономику страны.

Литература:

1. Официальный сайт Комитета финансов Администрации Санкт-Петербурга [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.fincom.spb.ru/comfin/budget/doh/structure.htm?id> (дата обращения 10.04.2014).
2. Соболева, О.А. К вопросу о реформировании транспортного налога. // Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. 2010. №5
3. Дубских, В.Н. Практика исчисления транспортного налога в России и зарубежных странах. // Международный бухгалтерский учет. — 2011.
4. Артамонов, Г.Ф., Артамонова Л.Г. Транспортный налог в г. Москве: расчет налоговой базы и оценка собираемости // Финансы. 2008. №5.
5. Турбина, Н.М. Анализ проблем существующего законодательства по транспортному налогу и поиск путей их решения. // Социально-экономические явления и процессы. 2009. №2.

Особенности адаптации персонала в образовательных учреждениях

Фридман Анастасия Игоревна, студент;
 Чавыкина Мария Александровна, магистрант
 Российский университет дружбы народов (г. Москва)

В статье рассматривается проблема адаптации персонала в учебных заведениях. Проанализированы объективные и субъективные факторы, которые влияют на успешную профессиональную адаптацию работников сферы образования. Рассматривается специфика работы в различные периоды профессиональной деятельности работника. Выявлена и обоснована зависимость между эффективностью работы и личностно-профессиональными качествами учителя.

Ключевые слова: адаптация персонала, работники сферы образования, управление образовательным учреждением.

Изменения в социально-экономической среде, реформы образования, совершенствования управления образовательными учреждениями — все это отразилось на требованиях, предъявляемых к профессионализму сотрудника образовательного учреждения. Неоднократно проблемы образования были подняты еще в советское время и описаны во многих научных публикациях, эти проблемы имеют актуальность и в настоящее время. Последние десятилетия численность работников сферы образования увеличивалась с каждым годом. Однако, после 1991 г. ситуация полностью изменилась и с каждым годом количество работников стало сокращаться.

В настоящее время отмечается проблема старения педагогических кадров на фоне острой необходимости творческих специалистов, способных приспособиться к новым профессиональным стандартам и требованиям и освоить профессиональную деятельность в короткое время. Таким образом, проблема адаптации специалистов в сфере об-

разования становится актуальной. Менеджмент учреждений должен обеспечить необходимую качественную и количественную численность персонала и стремиться, чтобы адаптация персонала велась на основе принципов эффективного развития.

Вопросами профессиональной адаптации занимались такие ученые как О.А. Абдуллина, А.А. Вербицкий, Т.С. Панина и др. Закономерности профессиональной адаптации учителя изучены Т.А. Аржакаевой, Ф.Н. Гоголиным, А.И. Щербаковым и др. [3]. Особого внимания заслуживают исследования С.Г. Вершловского, Т.А. Аксаковой, Г.В. Кондратьевой, которые посвященные анализу начального периода деятельности молодого специалиста.

Под профессиональной адаптацией учителя понимают процесс приспособления и привыкания к реальным условиям педагогической деятельности у молодого педагога, выпускника педагогического учебного заведения,

пришедшего на работу в общеобразовательное учреждение. Кроме профессиональной адаптации выделяют еще психофизиологическую адаптацию, социально-психологическую и организационную адаптацию.

Успешность адаптации нового сотрудника зависит от объективных и субъективных факторов. К объективным факторам относятся: социально-психологический климат в учреждении, материально-техническое оснащение учреждения, величина учебной нагрузки и др. К субъективным факторам, влияющим на процесс адаптации, относятся привлекательность профессии, компетенции и профессиональные качества работника.

Создавать трудности при адаптации могут стереотипы и социальные ожидания. Согласно исследованиям, адаптация молодых специалистов происходит легче и занимает меньше времени, чем адаптация специалистов в зрелом возрасте.

Овладение педагогическим мастерством происходит только в процессе практической деятельности. Переход от процесса профессионального формирования учителя, в стенах учебного заведения, к его уверенной самостоятельной работе связан с адаптацией к профессиональной деятельности. Для формирования и становления учителя большое значение имеют первые годы работы.

Процесс адаптации играет большую роль в любой профессии, а значимость адаптации для работников сферы образования вытекает из специфики самого труда. Чем успешнее профессиональная адаптация сотрудника, тем выше и результат его влияния на общество.

Независимо от стажа к сотруднику предъявляются высокие профессиональные требования, а на начальном этапе происходит перехода от теоретического обучения к практической деятельности. В большинстве случаев этот этап самый сложный и от его эффективности зависит будущий профессиональный рост сотрудника

Практика российских специалистов показывает, что адаптация молодых специалистов сфере образования будет более успешной, в том случае если:

— адаптация происходит в условиях благоприятного социально-психологического климата в педагогическом коллективе;

— организуется условия для взаимодействия молодого учителя с педагогом-наставником в сочетании с профессиональным самообразованием;

— четко определены содержание и формы деятельности методической службы.

Существуют некоторые психолого-педагогические факторы, которые влияют на успешную профессиональную адаптацию молодых работников учебных заведений, то есть молодых учителей в настоящей социально-экономической среде. К ним относятся: мотивация по отношению к своей профессии, ценности, содержание и организация труда, социально-психологический климат в рабочем коллективе, уровень профессиональной подготовки и навыков, полученных в период обучения в высшем учебном заведении.

Такие понятия как: педагогический стаж, возрастная категория и специфика профессиональной деятельности педагога — все это непосредственно влияет на формирование у педагога профессиональных черт.

Адаптационный период выпускников ВУЗов или педагогических училищ к требованиям и условиям работы в общеобразовательных учреждениях происходит за первые четыре-пять лет работы.

На первоначальном этапе развития профессиональной деятельности, молодой педагог имеет достаточную базу знаний, но при этом, не имея практических умения и навыков. У молодого специалиста пока не развиты профессиональные качества, необходимые для эффективной педагогической деятельности в учебном заведении.

В последующие 5–10 лет работы, совершенствуется и упрочняется профессиональная деятельность и позиция педагога. Преподаватель начинает использовать более современные и эффективные формы и методы обучения и воспитания учеников, развивает умение управлять и предотвращать конфликты, поэтому их количество сводится к минимуму. На психосоциальном уровне педагог находит самоутверждение, повышается его авторитет и значимость в глазах всего коллектива, учеников и их родителей.

Педагоги, имеющие стаж работы около 10–15 лет, зачастую переживают «педагогический кризис». На этом этапе происходит осознание того, что существующие возможности преподавателя не соответствуют желанию в изменении методов или форм обучения.

Педагоги, относящиеся к данной группе: интересуются теми детьми, которые умеют конструктивно налаживать отношения со всеми членами процесса воспитания и обучения. Учителя с большим опытом более консервативны во взглядах, чем молодые и предпочитают избегать использования таких методов, как угрозы, требования, наказания. На этапе «педагогического кризиса» у педагогов может происходить закрепление некоторых стереотипов, связанных с их профессиональной деятельностью.

Отработав 15–20 лет в общеобразовательном учебном заведении, учитель вступает на следующую ступень нового кризиса, который именуется кризисом «середины жизни». Это этап, когда подводятся предварительные итоги жизни и работы. Зачастую на данной стадии зарождается внутриличностный конфликт, расхождение между реальностью того, кем «Я» являюсь и представлениями об идеальном «Я».

На этом отрезке профессиональной деятельности наблюдается: разочарование и неудовлетворенностей работой, формирование защитных механизмов, снижение эффективности профессиональной деятельности.

Стаж работы от 20–25 лет характеризуется высокой результатами эффективностью труда педагогов. Профессиональные качества преподавателя сформированы на высоком уровне. В возрасте 40–46 лет, имея свою полноценную семью с уже совершеннолетними детьми, с определенной стабильностью в плане социально-эконо-

мических отношений, преподаватели могут полностью погрузиться в рабочий процесс.

В современное время, образование играет немаловажную роль в жизни каждого человека, тема адаптации молодых специалистов в учебных заведениях становится актуальна, так как от уровня профессиональной подготовки преподавателя зависит уровень знаний детей, являющихся составной единицей всего общества. Поэтому требования, предъявляемые к преподавателям, находятся в постоянном контроле и изменении. Педагог должен соответствовать как личностным, так и профессиональным

характеристикам, необходимым для соответствия существующим стандартам. Успешность адаптации специалистов во многом зависит от сформированной программы и эффективного руководства в образовательном учреждении.

В современных научных работах говорится об общественной и профессиональной значимости учителя, о том, что необходимо постоянно развивать профессиональные качества, навыки и умения, повышать социальную ответственность, что является сложным, по нашему мнению, без успешного прохождения процесса адаптации.

Литература:

1. Кибанов, А. Управление персоналом [Текст]/А. Кибанов. — М.: КноРусс. — 2013. — 208 с.
2. Прохорова, Е. Процесс адаптации нельзя пускать на самотек [Электронный ресурс] //Управление персоналом, — 2013 г. — №24. — URL: <http://www.top-personal.ru/issue.html?3532>
3. Черникова, Е.Г. Состояние и противоречия социально-профессиональной адаптации молодых педагогов: социологический анализ. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата педагогических наук. Екатеринбург — 2008.

Ограничения, возникающие в процессе делегирования

Черепанова Наталья Владимировна, кандидат философских наук, доцент;

Карпова Ксения Александровна, студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Для того чтобы грамотно распределить задания между руководителем и подчиненным нужно обладать особой формой взаимодействия — делегированием полномочий. Это целое искусство, ведь от того, насколько менеджер владеет им, будет понятна не только эффективность работы сотрудников, деятельность самого руководителя, но и организация работы на всем предприятии в целом.

Однако при реализации данного принципа можно столкнуться с большими проблемами. Менеджеру трудно решиться на передачу некоторых своих обязанностей особенно при единоличной ответственности, потому что в итоге спрос будет именно с него.

Руководить и управлять — это такие функции менеджера, которые он не сможет никаким образом совместить при условии, что все желает сделать самостоятельно. Отсюда вытекает вопрос: Каким образом и когда делегировать полномочия? А. Секорд, профессор Бруклинского колледжа считает, что это необходимо, когда подчиненный может сделать работу лучше [1].

В большинстве случаев менеджеры не применяют делегирование, так как боятся признать тот факт, что они в чем-то слабее своих подчиненных, что они лучше ориентируются в тех или иных проблемах. Безусловно, это ошибочное мнение, в этом нет ничего плохого. Ведь как показывает практика, у лучших менеджеров, каких-нибудь нужных знаний может и не быть. Какой здесь выход?

Выход — это передача дела нужному специалисту. Очень важно на первом этапе делегирования предоставить сотрудникам ограниченную самостоятельность. Это позволит определить задатки персонала и в дальнейшем способствовать их развитию. Потому что работник способен трудиться в полную силу только тогда, когда его ставят в вынужденное положение, где он сам берет на себя ответственность и сталкивается с необходимостью принятия решений. Таким образом, можно достичь того, что любой хороший работник будет, с большим желанием, стремится к выполнению некоторых задач руководителя. Конечно, не сразу все будет получаться, будут сложности. Поэтому, чтобы не было проблем у руководителя с применением принципа делегирования, следует прибегать к поддержке и тактичному контролю, а также к консультациям персонала. Со временем, этап за этапом, подчиненный приобретает нужный уровень знаний и компетенций. И вот тогда будет ясно, что старания руководителя не пропали зря и вскоре это принесет огромную пользу для всей организации. При этом обязательно необходимо:

— ставить перед подчиненным важные, ответственные задачи, которые бы он выполнял на пределе своих возможностей;

— не следует при затруднениях сразу же забирать задание и предавать другому сотруднику, правильным здесь будет — консультация и помощь;

— не стоит забывать и про поощрения, а также можно информировать об успехах высшее руководство.

Очень важно учесть то, что делегирование нужно применять постоянно, а не по особым случаям. Поступая, таким образом, можно легко обнаружить, кто из сотрудников в состоянии выполнять задачи менеджера, а кто нет, к тому же так легче проследить качество выполнения задач. Руководителям не стоит забывать, что при делегировании передаются не только обязанности, передаются еще власть и права [2].

Как же не стоит делегировать полномочия?

Чтобы определить эффективность применения принципа делегирования, надо определить избежал ли менеджер ошибки, связанные с этим методом:

Трудности при объяснении задания. Выполнение задачи будет зависеть от того, насколько правильно подчиненный понял поставленные указания. Здесь неграмотным будет детально и очень подробно разбирать задание — работник может посчитать, что менеджер сомневается в его навыках и тогда он начнет сомневаться в знаниях руководителя. Но и кричать и тыкать носом в документы со словами «Разберитесь!» тоже не выход.

Отсутствие обратной связи с подчиненными. Менеджер не должен давать задание и забывать про него, он должен быть в курсе всех изменений и решений. Но нельзя переусердствовать: контролируя все до подробностей можно забыть про делегирование. Такими поступками руководитель снизит самооценку подчиненного и уверенность в своих способностях.

Опасения потери авторитета. Руководители боятся, что их подсадит кто-нибудь из талантливых подчиненных. Поэтому они не готовы признавать свои ошибки или незнания, хотя умение это признавать и выходить из ситуации в глазах работников дорогого стоит.

Литература:

1. Акулич, И. Л., Демченко Е. В Основы маркетинга. — 2-е изд., испр. — М.: Высшая школа, 2009 г.
2. Багиев, Г. Л. Методы получения и обработки маркетинговой информации. СПб.: Изд-во СПбУЭФ, 2012 г.
3. Библиотека учебной и научной литературы. [Электронный ресурс] — режим доступа — http://sbiblio.com/BLIO/archive/veresov_delegirovanie/ дата обращения: 01.04.2014
4. Делегирование полномочий в менеджменте. [Электронный ресурс] — режим доступа — <http://hr.ru.com/2010/07/delegirovanie-polnomochij-v-menedzhmente/> дата обращения: 28.03.2014
5. Кинан, К. Делегирование полномочий. — Москва, 2006 г. — 10 с.
6. Мария Урбан. Успех чужими руками: Эффективное делегирование полномочий. — Москва, Альпина Паблишер, 2012 г. — 246 с.
7. Разговоры о делегировании. [Электронный ресурс] — режим доступа — <http://iknowbusiness.ru> дата обращения: 29.03.2014

Эмоциональная неустойчивость (нервозность, агрессия). Постоянные упреки руководителя: это не так, можно сделать лучше, постарайтесь, только еще больше мешают и рассредоточивают подчиненных. Лезть без необходимости со своей помощью не стоит. Ведь одну и ту же цель можно достичь разными способами, притом одинаково хорошо [3].

Делегирование достаточно сложный процесс, но это стоит и времени, и сил, и терпения — ведь грамотное делегирование залог эффективности и продуктивности в трудовом коллективе.

Иногда руководителю просто необходимо найти в себе силы и отказаться от работы, которая приносит ему удовольствие, и передать ее своим подчиненным. Получить, таким образом, радость от делегирования приятного дела. Несомненно, менеджер найдет, чем себя занять: разработать стратегические цели, проверить документы или просто отдохнуть. К этому нужно стремиться — все приходит постепенно, главное не опускать руки и не останавливаться на достигнутом. И тогда точно никакие ошибки не превратятся в ограничения при делегировании. Организация будет процветать и в первую очередь благодаря совместным усилиям руководителей и подчиненных.

Хотелось бы в завершении статьи привести слова Нормана Канерса: «Если мне надо оценить качество работы руководителя, то в первую очередь меня интересует не личные особенности его характера и даже не его профессиональная квалификация, а совсем другое. Я хочу знать только одно — как работают его подчиненные. Когда я вижу перед собой рядовых сотрудников, качество работы которых постоянно улучшается, то я понимаю: они работают под началом хорошего руководителя» [4]. Данное высказывание как нельзя лучше отражает ведение удачного делегирования и управления.

Разработка индивидуального плана счетов малыми предприятиями

Чмеленко Наталья Юрьевна, студент

Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова (г. Москва)

В статье исследован порядок применения льготы для малых предприятий по выбору плана счетов, а также предложен вариант, основанный на международной практике формирования индивидуального плана счетов.

Ключевые слова: малый бизнес, план счетов, индивидуальный план счетов.

В современной России сохраняется довольно высокий уровень монополизации экономики, в связи с чем особенно важна роль малого предпринимательства как основы демонополизации экономики и формирования конкуренции в бизнес-среде. Благодаря мобильности и вариабельности организации бизнеса, сектор малого предпринимательства может более оперативно реагировать на изменения в экономике, осуществлять деятельность с учетом спроса и предложений на рынке, входить в кластеры, обеспечивающие стабильное функционирование крупного бизнеса.

Согласно статистическим данным, сегодня масштабы сектора малого предпринимательства в России значительно ниже, чем в странах с развитой рыночной экономикой. В этой связи создание благоприятных условий для успешного развития малого предпринимательства и реализации им своей регулирующей функции является важной государственной задачей в современных условиях развития российской экономики. Государство уделяет большое внимание развитию и поддержанию малого бизнеса, как с финансовой стороны, так и со стороны правовой защиты и поддержки. Опираясь на анализ научной литературы и ряд ключевых нормативно-правовых актов, можно отметить, что для малого предпринимательства характерны определенные особенности, льготы, оказывающие влияние на организацию и управление производством, а также на организационно-методологические вопросы ведения бухгалтерского учета. В данной статье мы остановимся на исследовании льготы по выбору плана счетов, а также рассмотрим возможный вариант плана счетов, основанный на международной практике формирования индивидуального плана счетов.

Прежде всего, необходимо понимать, какие предприятия могут воспользоваться данной льготой. Чтобы ответить на этот вопрос, мы должны обратиться к Федеральному закону от 24.07.2007 N 209-ФЗ (ред. от 28.12.2013) «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации». Согласно закону, индивидуальные предприниматели и юридические лица являются субъектами малого предпринимательства, если они соблюдают критерии:

- по организационно-правовой форме;
- по долям в уставном капитале;
- средней численности работников за предшествующий календарный год;
- выручке от реализации товаров (работ, услуг) без учета налога на добавленную стоимость, определенной

в соответствии с Налоговым Кодексом РФ и балансовой стоимостью активов за предшествующий календарный год.

Проведенное исследование основных положений ФЗ 209-ФЗ дает возможность сделать выводы о неоднозначности трактовки его отдельных положений. Так, Т. В. Морозовой выделены следующие положения, которые могут повлиять на неоднозначность установления категории субъекта малого и среднего предпринимательства: «определение периода, за который производится расчет показателей выручки, средней численности работников и балансовой стоимости активов; определение доходов, которые включаются в расчет показателя выручки, а также метода признания доходов; установление категории субъекта предпринимательской деятельности, изменяемой во времени; возможность применения льгот и государственной поддержки для субъектов малого и среднего предпринимательства для вновь созданных субъектов предпринимательской деятельности» [1, с. 48]

В рассматриваемом аспекте это является особенно важным, поскольку льгота по выбору и разработке индивидуального плана счетов предоставляется только малым и микро предприятиям. Утрата статуса субъекта малого предпринимательства приведет к утрате права применения льгот для организации по организации и ведению бухгалтерского учета. Малые предприятия могут вести бухгалтерский учет с применением одного из трех вариантов плана счетов.

Во-первых, это стандартный план счетов, представленный в Приказе Минфина РФ от 31.10.2000 N94н. Этот план счетов ориентирован на крупные промышленные предприятия, но на его основе может быть разработан индивидуальный план с сокращенным количеством синтетических счетов. Основной недостаток этого плана счетов, по нашему мнению, заключается в том, что он в большей степени отвечает требованиям контролирующих органов и в меньшей степени отвечает потребностям собственников коммерческих организаций. Текущим законодательством не дается возможность организациям самостоятельно давать названия и устанавливать коды синтетических счетов, не дает вариабельности корреспонденции счетов. Нарушение этих требований будет трактоваться контролирующими органами как неправильное ведение бухгалтерского учета, что впоследствии приведет к ответственности в соответствии с частью первой налогового Кодекса Российской Федерации и Кодексом административных правонарушений. Также рассматриваемый план счетов не учитывает

современные направления изменения экономики, нового понятийного аппарата, терминологии и других важных для бизнеса аспектов. Например, Малицкой В.Б. отмечено, что в действующем плане счетов «не представлены финансовые активы как объект бухгалтерского учета, а отдельные их составные части отражены в разделе «V» «Денежные средства» и «VI» «Расчеты» [2, с. 117].

Второй вариант плана счетов для малого бизнеса — это типовый, представленный в приказе Минфина РФ от 21.12.1998. N 64 н. «О типовых рекомендациях по организации бухгалтерского учета для субъектов малого предпринимательства». Но стоит сразу отметить, что этот план счетов сегодня на практике применяется только в адаптированном виде в соответствии с рекомендациями Минфина РФ.

Однако, как показывает практика, и этот вариант имеет свои недостатки. Во-первых, все те же коды счетов, обязательные к применению, основанные на стандартном плане счетов. Во-вторых, количество применяемых счетов бухгалтерского учета зависит не от величины предприятия, а от разнообразия видов хозяйственной деятельности и сложности хозяйственных операций, требуемой в отчетности детализации объектов хозяйственной деятельности. Предложенный Минфином России рабочий план счетов бухгалтерского учета для малых предприятий, по мнению многих специалистов-практиков, нуждается в ряде уточнений и дополнений.

Как известно, основной задачей государства в области бухгалтерского учета на ближайшее будущее является гармонизация российской системы бухгалтерского учета

с международной практикой и международными стандартами финансовой отчетности. Международные стандарты финансовой отчетности официально признаны на территории Российской Федерации. Совет по международным стандартам разработал также специальный комплект стандартов для субъектов малого и среднего предпринимательства, которые предусматривают упрощенный порядок составления финансовой отчетности по сравнению с основным комплектом. Мы придерживаемся точки зрения, что «страны, чьи законодательные юрисдикции обязали все или некоторые группы компаний составлять отчетность в формате МСФО также должны дать возможность предприятиям, попадающим под категорию малого и среднего бизнеса составлять отчетность в формате IFRS for SMEs» [3, с. 19]. Конечно же признание международных стандартов связано в основном с унификацией отчетности компаний разных стран. Однако не менее важным плюсом такой отчетности должна быть свобода, гибкость и простота в использовании. Итак, рассмотрим, как может выглядеть примерный план счетов по МСФО.

Во всем мире при ведении бухгалтерского учета используется система двойной записи. Согласно ей, каждая проводка отражается как минимум в двух счетах, т.е. изменение актива или обязательства сопровождается указанием источника средств, за счет которого оно происходит. По мнению В.В. Качалина «счет также делится на дебет и кредит, однако эти названия не несут никакой смысловую нагрузку» [4, с. 69]. Для поддержания равенства, принята следующая система увеличения или уменьшения остатков по счетам:

Система увеличения и уменьшения остатков по счетам

Активы		Обязательства		Капитал	
Записи по дебету означают увеличение активов	Записи по кредиту означают уменьшение активов	Записи по дебету означают уменьшение обязательств	Записи по кредиту означают увеличение обязательств	Записи по дебету означают уменьшение собственного капитала	Записи по кредиту означают увеличение собственного капитала

Счета могут иметь численное обозначение, содержащее несколько знаков в коде, характерное для их обозначения. Например, первая цифра в коде может обозначать классы счетов: 1 — Долгосрочные активы; 2 — Краткосрочные активы; 3 — Капитал и резервы; 4 — Долгосрочные обязательства; 5 — Краткосрочные обязательства; 6 — Доходы; 7 — Расходы; 8 — Счета управленческого учета; 9 — Забалансовые счета. Кодировка счетов по группам представлена в Таблице 1.

Таким образом, индивидуальный план счетов может быть ориентирован на составление бухгалтерской (финансовой) отчетности на основе элементов, к которым относятся активы, обязательства, капитал, доходы и расходы. Для составления бухгалтерской (финансовой) отчетности кодировка счетов, учитывающая элементы

будет логичной и рациональной.

Фрагмент возможного плана счетов, сгруппированного по элементам, представлен в Таблице 2.

По нашему мнению, подход к составлению индивидуального плана счетов в зависимости от элементов финансовой отчетности имеет перспективы в применении в Российской Федерации. Предложенный вариант отвечает требованиям к формированию плана счетов текущим законодательством по бухгалтерскому учету. Он содержит систематизированный перечень счетов бухгалтерского учета. В нем сохранены названия и коды синтетических счетов, обязательных к применению. Кроме этого план счетов содержит систематизированную информацию на основании которой составляется бухгалтерская (финансовая) отчетность по элементам.

Таблица 1. Кодировка счетов по группам

Код группы Счетов по элементам	Код группы синтетических счетов (1-го порядка)	Код группы субсчетов (счетов 2-го порядка)	Наименования классов, групп счетов и субсчетов	Код счета
КЛАСС 2. КРАТКОСРОЧНЫЕ АКТИВЫ				
2			ЗАПАСЫ	
	10		Материалы	210
		1	Сырье	2101
	41		Товары	241

Таблица 2. План счетов, основанный на элементах финансовой отчетности

Раздел	Наименование счета	Номер счета
Активы	Основные средства	101
	Капитальные вложения	108
	Материалы	210
	Касса	250
	Расчетный счет	251
	Дебиторская задолженность	262
Капитал	Уставный капитал	380
	Добавочный капитал	383
	Нераспределенная прибыль, непокрытый убыток	384
Обязательства	Расчеты по долгосрочным кредитам и займам	467
	Расчеты с поставщиками	560
	Расчеты по краткосрочным кредитам и займам	566
	Расчеты с бюджетом	568
	Расчеты по страхованию	569
	Расчеты по оплате труда	570

Литература:

1. Морозова, Т. В. Правовое регулирование субъектов малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации // Вестник Аксор. — 2012. — №4 (24). — с. 47–52.
2. Малицкая, В. Б. Правовая база регулирования порядка ведения бухгалтерского учета и раскрытия в финансовой отчетности операций с финансовыми активами // Вестник Воронежского государственного аграрного университета –2010. — №4 (27). с. 113–118.
3. Морозова, Т. В. Перспективы применения международных стандартов финансовой отчетности для малого и среднего бизнеса // Новый университет. Серия экономика и право. — 2014 — №1 (35). — с. 17–20.
4. Качалин, В. В. Финансовый учет и отчетность в соответствии со стандартами GAAP. 2-е изд., испр., перераб. — М.: Дело, 1998. — 432 с.

Оценка инвестиционного климата в Калужской области

Шабанова Камиля Рафкатовна, аспирант

Казанский институт Российского экономического университета им. Г. В. Плеханова

В статье изучаются ключевые факторы, влияющие на принятие решения иностранного инвестора об инвестициях в Калужскую область.

Ключевые слова: *прямые иностранные инвестиции, инвестиционный климат, социально-экономическое развитие, инвестор, кластер.*

Иностранные инвестиции в России по большей части имеют две разновидности: прямые и портфельные инвестиции.

Прямые инвестиции — вложение денежных средств в активы компании, в результате которой инвестор получает возможность участвовать в управлении.

Портфельные инвестиции — вложение денежных средств в некоторый объем ценных бумаг с целью получения прибыли за счет дивидендного дохода или роста их стоимости по курсу.

Портфельные инвестиции не дают возможности инвестору участвовать в управлении деятельностью предприятия и, как правило, носят краткосрочный характер, поэтому прямые иностранные инвестиции являются главным и ключевым инструментом для решения стратегических задач развития регионов России.

Лидирующие позиции по привлечению в экономику региона иностранных инвестиций благодаря продуманной стратегии социально-экономического развития занимает Калужская область, которая не имея начального капитала в виде богатства недр стала одним из наиболее привлекательных регионов для иностранных инвесторов.

Действующая в Калужской области стратегия социально-экономического развития Калужской области на период до 2030 года определяет приоритеты и общий вектор развития области на долгосрочную перспективу, взаимодействие органов власти, предпринимательского сообщества и общества. Учитывая возрастающие требования к среде проживания и к корпоративной культуре, качественных изменений социально-экономического развития Калужской области можно добиться на основе привлечения внешних инвестиций [4].

Значительных успехов удалось добиться благодаря упорной работе по созданию благоприятного инвестиционного климата на территории области. По объему иностранных инвестиций на душу населения область заняла 13-е место. На каждого жителя региона в 2012 году приходилось \$ 1092 иностранных инвестиций. Если же рассматривать плотность инвестиций в расчете на площадь территории, то Калужская область занимает 8-е место, с показателем \$ 36,8 тыс. на каждый квадратный километр [1].

Правительство Калужской области для привлечения иностранных инвестиций в экономику области и создания оптимальных условий для слаженной и эффективной ра-

боты с инвесторами, предлагает размещение их производств в созданных промышленных парках, а также для поддержки развития специально создано ряд аппаратов:

- ОАО «Корпорация развития Калужской области»;
- ОАО «Агентство инновационного развития — центр кластерного развития Калужской области»;
- ГАУ «Агентство регионального развития Калужской области»;
- и другие.

Калужская область поражает не только количеством и скоростью притока инвестиционного капитала или всемирной узнаваемостью инвесторов, уже работающих на территории региона, но не в меньшей степени — высокой инновационностью многих реализуемых проектов. Во многом за счет создания новых высокотехнологичных предприятий Калужская область сейчас входит в число самых инновационно-развитых регионов России

Как известно, инвестиционная стратегия Калужской области имеет кластерный характер [5]:

- Автомобильный кластер;
- Фармацевтический кластер;
- Агропромышленный кластер;
- Транспортно-логистический кластер;
- Кластер информационных технологий;
- Туристско-рекреационный кластер.

Одним из приоритетных направлений развития, помимо ставшего уже знаменитым автомобилестроительного кластера, является пока еще не так известный фармацевтический кластер, который формируется преимущественно в Обнинске, являющемся, кстати, первым российским наукоградом России, что довольно символично.

И хотя общая инновационная картина развития области гораздо шире одной отрасли, но пример фармацевтики в данном случае очень показателен, так как эта отрасль сегодня считается одной из наиболее наукоемких в мировой промышленности. Во всяком случае, в западных странах по доле НИОКР в расходах фармацевтика уступает только аэрокосмической промышленности. В России фармацевтических кластеров создано пока немного. В их числе калужский кластер в недалеком будущем должен стать одним из крупнейших. Примечательно, что в 2012 году калужский кластер фармацевтики, биотехнологий и биомедицины выиграл конкурс министерства экономического развития РФ и Постановле-



Рис. 1. Фармацевтический кластер Калужской области

нием Правительства РФ включен в состав четырнадцати лучших пилотных инновационных территориальных кластеров России, которые получают федеральное софинансирование [5].

Как справедливо подчеркивают аналитики РИА, инвестиции в область носят качественный характер. В области нет ни нефти, ни газа, а единственное конкурентное преимущество, которым располагал регион на старте экономического роста — это непосредственная близость к Москве. И Калужская область распорядилась таким преимуществом в полной мере. Практически с нуля в области создан автомобильный кластер. Здесь работают такие крупные концерны,

как Volkswagen, Volvo Truck Corporation, PSA Peugeot Citroen, Mitsubishi Motors Corporation. Уровень локализации на них постоянно растет. Помимо непосредственных автомобилестроителей здесь работают и производители автокомпонующих, в том числе крупный шинный завод компании Continental [1] и немецкая компания «ФУКС ОЙЛ» по производству смазочных материалов, производственная мощность которого составляет до 40 тысяч тонн продукции в год.

Создаются предприятия и неавтомобильной специализации. Например, в 2013 году швейцарский концерн Nestle запустил цех по производству влажных кормов для домашних животных, а финская компания Metsa



Рис. 2. Автомобильный кластер Калужской области



Рис. 3. Транспортно-логистический кластер Калужской области

Tissue начала производство санитарно-гигиенических бумажных изделий.

Если в прямом рейтинге социально-экономических показателей калужский регион пока не входит в первую десятку, то по темпам прироста инвестиций, развития промышленного производства, количеству прямых инвестиций на душу населения — область упорно улучшает показатели и входит в лидеры. Ежегодно в экономику Калужской области поступает около \$ 1 млрд. иностранных инвестиций [1].

Особое внимание руководство Калужской области уделяет формированию современной транспортно-логистической инфраструктуры. От качества этой сферы во многом зависит дальнейшее развитие предприятий, отраслей и всего региона. Для успешного развития транспортно-логистического кластера регион располагает целым рядом преимуществ. Прежде всего географическим: область граничит с Москвой и, обладая внушительным транзитным потенциалом, имеет все шансы стать ключевым логистическим центром всего ЦФО. Второе преимущество — надежные партнеры: регион сотрудничает с крупнейшими логистическими операторами: GEFCO, Green Logistics, Rhenus Logistics, «Транс-Контейнер» и др. Третье — это четкая стратегия дальнейшего развития кластера. Строятся мультимодальные транспортно-логистические терминалы, таможенные, складские комплексы, развивается автомобильная, железнодорожная, аэропортовая инфраструктура. В регионе реализуются уникальные в масштабе страны проекты [3].

Размещение инвесторами своих предприятий на территории индустриальных парков выдвинуло новые тре-

бования к состоянию транспортно-логистической инфраструктуры. Учитывая важность логистики для производственной деятельности, а также с целью интеграции региональной транспортной системы в транспортную систему страны и мира ведется широкомасштабная работа по реконструкции и развитию транспортно-логистической инфраструктуры региона [6].

Таким образом, рост в Калужской области является не только количественным, но и качественным. При этом качество инвестиций растет не только за счет того, что инвестиционный климат Калужской области в целом благоприятный, но и за счет того, что вырабатывая инвестиционную стратегию, администрация области сделала ставку, во-первых, на привлечение в область «умного» капитала со стороны, а во-вторых, на создание «умных» производств из местных интеллектуальных ресурсов [5].

Для дальнейшей реализации стратегии социально-экономического развития Калужской области, особое внимание нужно обратить на диспропорции развития территорий в регионе и продолжить работу в создании новых кластеров, чтобы Калужская область продолжала оставаться конкурентоспособной. Для этого рекомендуется:

1. Это привлечение инвестиций не только в создание новых, но и в модернизацию действующих предприятий. Предприятия должны выпускать конкурентную продукцию, не ограничиваясь внутренним рынком России.
2. Продолжать развивать инфраструктуру индустриальных парков.
3. Уделять особое внимание на подготовку квалифицированных кадров.

Литература:

1. Инвестиционный портал Калужской области: <http://www.investkaluga.com/news/>
2. Официальный портал органов власти Калужской области: <http://www.admoblkaluga.ru/main/>
3. Официальный портал ОАО «Корпорация развития Калужской области»: http://invest.kaluga.ru/press/investitsionnyy_vestnik/

4. Постановление Правительства Калужской области от 25.03.2013 № 150 «Об инвестиционной стратегии Калужской области до 2020 года»
5. Электронный ресурс РИА Рейтинг: http://riarating.ru/regions_study/
6. Постановление Правительства Калужской области от 22.04.2011 № 242 Об утверждении долгосрочной целевой Программы «Создание благоприятных условий для привлечения инвестиций в Калужской области»

Международные руководства, стандарты и отчетность в сфере корпоративной социальной ответственности

Шевченко Татьяна Петровна, преподаватель
Харьковский национальный университет имени В. Н. Каразина (Украина)

На современном этапе развития общества пристальное внимание ученых-экономистов в силу особенностей развития общественного производства, углубления глобализации должно быть сосредоточено не столько на социально-экономических процессах и явлениях, происходящих в экономике и обществе, сколько на процессах формирования социально-экономического пространства, его активизации, поскольку они позволяют целенаправленно трансформировать природу человека, тем самым ускоряя становление и развитие «новой экономики» [1, с. 24].

Корпоративная социальная ответственность является очень распространенным понятием за рубежом и в практике международного бизнеса. Компании по собственной инициативе принимают на себя социальные обязательства и выдвигают подобные требования для своих зарубежных партнеров. В таких условиях использование международных стандартов и руководств по корпоративной социальной ответственности становится необходимым условием.

Руководство — это заявление, с помощью которого определяется курс действий. Руководство имеет целью упорядочить действия в рамках процессов, согласно набора принятых или озвученных практик. Руководящие принципы не являются обязательными [2].

Вопросы КСО уже длительное время обсуждаются не только среди представителей бизнеса, но и среди ученых. Отдельные исследователи утверждают, что концепция «корпоративная социальная ответственность» получила распространение с 1953 года, а впоследствии, в соответствии с ростом компаний, становилась все более структурированной [3]. Однако следует отметить, что и до этого времени представители различных экономических школ рассматривали особенности КСО.

Как отмечал Джон Кейнс (1883–1946), основатель экономической школы, действия индивидуума, которыми он обогащает себя, не принимая будто ничего ни у кого, должны обогатить и общество в целом [4].

Альфред Маршалл (1842–1924), представитель неоклассической экономической теории в своих трудах го-

ворил о том, что деятельность одного хозяйствующего субъекта влияет на деятельность других, минуя рыночные отношения. В результате, ухудшение состояния окружающей среды в процессе производства товара, что представляет собой расходы, которые не включаются в его цену, а переводятся на всех лиц, «пользующихся» окружающей средой в регионе [5].

Джон Гэлбрейт (1908–2006), представитель институционализма говорил, что если с возникновением крупных корпораций появляется возможность широко навязывать их волю обществу — не только устанавливать цены и расходы, но и влиять на потребителей, организовывать поставки материалов и полуфабрикатов, мобилизовывать собственные накопления и капитал, проводить свою политику в отношении рабочей силы и оказывать влияние на взгляды общества и деятельность государства, — тогда цели управляющих фирмой интеллектуалов, ее технотруктуры приобретают колоссальное значение. Не рынок определяет эти цели. Они перешагнули границы рынка, используя его как инструмент и становятся той колесницей, которой общество если и не приковано, то уж во всяком случае пристегнуто.

Жадность одних, опираясь на шаткие мостики благотворительности, не служит больше скупости других [6].

Милтон Фридмен (1912–2006), представитель монетаризма отмечал, что все шире распространяется мнение, что на руководителей корпораций и профсоюзных лидерах лежит некая «социальная ответственность» кроме служения интересам их акционеров или членов юнионов. Это мнение разоблачает глубоко неправильное представление о характере и природе экономики. При такой экономике у бизнеса есть одна и только одна социальная ответственность: использовать свои ресурсы и заниматься деятельностью, рассчитанной на увеличение своих доходов, соблюдая при этом правила игры, то есть участвуя в открытой и свободной конкуренции без обмана и мошенничества. Точно так же «социальная ответственность» профсоюзных лидеров заключается в служении интересам членов своих профсоюзов.

Мало какое событие сможет подорвать сами основы свободного общества так же сильно, как принятие руководителем корпораций какой-либо социальной ответственности, кроме ответственности заработать своим акционерам как можно больше денег [7].

Не менее очевидно, что успешная с точки зрения конкретного общества социализация напрямую зависит от того, в какой мере деятельность всех социальных институтов, которые создают социализирующее влияние, соответствует принятым в этом обществе социокультурным нормам. А это практически все составляющие институциональной структуры общества, и хотя, как правило, влияние каждой из них в общем результате социализации — сложившейся личности — выделить трудно, — тем не менее основные из этих составляющих традиционно определены. Это семья, близкое окружение (друзья, знакомые, соседи и т. п.), образовательные учреждения (дошкольные, школьные всех уровней от начального до высшего и последиplomного образования), культуры и искусства (внешкольные, развлекательные, физкультурно-спортивные, центры творческого развития, библиотеки, клубы, театры и т. д.), трудовые коллективы, средства массовой информации (с Интернетом включительно, влияние которого все больше доминирует в отношении традиционных в прошлом веке способов социализации), местные общины, религиозные, общественные и политические организации/объединения, профсоюзы, институты специального назначения для отдельных социально-демографических групп, которые требуют особого общественного внимания (неблагополучных семей, детей-сирот и детей, лишенных родительской опеки, детей и взрослых с особыми потребностями, безработных, людей преклонного возраста, представителей маргинальных групп и т. п.) [8].

Одной из тенденций в современном ведении бизнеса является использование технологий корпоративной социальной ответственности. Социальная ответственность в ее современном понимании многогранна в своих проявлениях. Кроме традиционной ответственности за предоставление достойного вознаграждения и нормальных условий труда для своих работников, кроме экономической функции, заключается в создании рабочих мест, кроме оплаты налогов, современный работодатель отвечает за то, чтобы его управленческие решения, по возможности, не ухудшали социально-экономическое положение людей, работающих на него, живущих вокруг его предприятия и в стране в целом [9].

Предприятия не всегда реализуют корпоративную социальную ответственность по всем направлениям. Сфокусировавшись на определенной социальной проблеме, которая является близкой для бизнеса, предприниматели направляют ресурсы на ее решение.

Подход к реализации политики корпоративной социальной ответственности зависит от размера организации, сектора бизнеса, сформированных традиций, взглядов владельцев и акционеров. Так, одни предприятия фо-

кусируются только на одном компоненте КСО (экологическом, на социальных программах для местного сообщества и т. д.), другие стремятся сделать философию социальной ответственности неотъемлемой частью всей деятельности корпорации. Например, крупные западные компании включают принципы политики КСО в стратегический план, вспоминают их в описаниях корпоративных миссии и ценностей, а также в ключевых внутренних документах (трудовых договорах, правилах распорядка, положения о совете директоров и др.) [10].

Необходимо помнить, что одной из характерных черт корпоративной социальной ответственности является добровольный характер и отсутствие юридических обязательств. Однако для компаний, которые уже внедрили корпоративную социальную ответственность был разработан перечень кодексов и стандартов отчетности, которые служат в качестве основных принципов социального учета, аудита и отчетности.

Вместе с тем считаем необходимым сделать здесь определенное предостережение. Ведь государство и его институты достаточно часто (а скорее — как правило) трансформируются в соответствии с интересами правящей элиты, часто не совпадают с общественными интересами. Поэтому в дальнейшем стратегия ускоренного развития, в которой отводится новая роль государству, может не иметь успеха при условии серьезных разногласий в интересах и за отсутствия механизмов согласования этих интересов. В нашей ситуации такие механизмы можно создавать, развивая параллельно с государственными и собственно гражданскими институтами, которые и должны играть важную «согласующую» роль в обществе. Именно поэтому сегодня можно сформулировать тезис о необходимости соблюдения триады, что обеспечит развитие: государство — гражданские институты — рыночная экономика [11].

По статистике 2/3 компаний, которые публикуют нефинансовые отчеты, делают это из чисто экономических соображений для акционеров и инвесторов, другие считают, что работают на имидж [12].

Нефинансовая отчетность становится главной тенденцией в развитии современного бизнеса. Благодаря такой отчетности, предприниматели получают возможность донести до стейкхолдеров систематизированную информацию об их социальных инициативах.

Социальная (нефинансовая) отчетность — это документально оформлена совокупность данных организации, отражает среду его обитания, принципы и методы сотрудничества с группами влияния, результаты деятельности компании в экономической, социальной и экологической сферах [13, с. 6].

Понятие социальной отчетности появилось недавно. Если годовые финансовые отчеты выпускаются уже около 150 лет, то сама идея выпуска нефинансовых отчетов возникла лет 20 назад: крупные корпоративные скандалы заставили компании задуматься о том, как преподнести общественности свой бизнес в лучшем свете. Например,

компания Nike выпустила свой отчет, в котором уделила особое внимание вопросам охраны труда, после скандала с использованием ней детского труда в подразделениях в Юго-Восточной Азии. А ряд нефтяных компаний были вынуждены отчитаться перед населением и властью после нескольких экологических аварий [14].

В основном публикация нефинансовой отчетности является добровольной инициативой бизнеса. Однако в некоторых странах, таких как Франция, Норвегия, Дания, Швеция, Финляндия, Голландия, определенные категории компаний, например государственные, должны сообщать о результатах своей деятельности по определенным направлениям и показателям КСО в обязательном порядке [15, с. 24].

Большинство зарубежных экспертов и представителей компаний, которые выпускают отчеты, уверены, что нефинансовая отчетность взаимосвязана с повышением качества стратегического управления компанией с учетом задач КСО или устойчивого развития. Нефинансовый отчет, включая процедуры по его подготовке и распространению (а тем более отчет, который имеет заключение об общественном заверении), — это действенный инструмент налаживания диалога и взаимопонимания между компаниями и внешним сообществом, а также инструмент самосовершенствования компании в части систем управления [16, с. 9].

К выгодам нефинансовой отчетности для компаний можно отнести следующие:

— нефинансовая отчетность помогает компании выстроить процесс управления. При подготовке отчета компания получает возможность проанализировать собственную стратегию, провести объективную оценку нефинансовых рисков, привлечь менеджеров, ответственных за функциональные направления, к определению роли и оценки влияния компании на общество;

— нефинансовая отчетность строит доверие к компании. Для работников компании социальная отчетность является значительным стимулом, разъясняя социальную роль их работы. Бизнес партнеры, государственные органы, потребители также формируют свое отношение к компании с учетом наличия нефинансовой отчетности;

— нефинансовая отчетность повышает прозрачность компании. Наличие нефинансовой отчетности наряду с финансовой позволяет заинтересованным лицам получать информацию о социальных и экологических аспектах деятельности компании в комплексе с информацией

об экономических результатах. Это позволяет эффективно оценивать риски бизнеса, что становится важным фактором оценки деятельности компаний со стороны акционеров, инвесторов и кредиторов;

— нефинансовая отчетность укрепляет деловые отношения. Эффективная коммуникация с бизнес-партнерами позволяет компании получить репутационные выгоды как прозрачной и открытой к сотрудничеству через установление четких требований к контрагентам и открытости относительно принципов своей работы. Наличие нефинансовой отчетности позволяет компаниям сохранить и расширить бизнес с транснациональными компаниями и выйти на рынки, где социально-ответственный бизнес является фактором конкурентной борьбы и которые имеют более высокую рентабельность [17, с. 15].

Первые нефинансовые отчеты европейских компаний в основном затрагивали экологические аспекты деятельности. К концу 90-х годов отчеты становились более детальными и комплексными, включая все более широкий круг вопросов. Мировой тенденцией последнего десятилетия стала подготовка комплексных отчетов об устойчивом развитии, количество которых выросло до 75% от общего количества отчетов [15, с. 26].

В период, когда бизнес активно стирает границы, международные стандарты и документы в сфере корпоративной социальной ответственности становятся той дорожной картой, которая помогает сделать международный бизнес и его социальные инициативы более эффективным и предсказуемым.

На данном этапе стратегически важными признаются вопросы совершенствования методического аппарата и повышение общей культуры нефинансовой отчетности, которая, по мнению аналитиков, существенно вырос буквально за последние несколько лет.

Активное привлечение предпринимателей к корпоративной социальной ответственности требует от правительства и общественных организаций решения вопроса регулирования такой деятельности. К сожалению, отечественные организации достаточно слабо реагируют на подобные требования. Вместе с тем, проанализировав и используя зарубежный опыт иностранных государств, отечественные специалисты имеют уникальную возможность сформировать международные стандарты в сфере корпоративной социальной ответственности, которые являются приемлемыми для Украины.

Литература:

1. Щадилов, Г. А., Рощина И. В. Система менеджмента корпоративной социальной ответственности как условие формирования активного социально-экономического пространства/Известия Томского политехнического университета. 2008. Т. 313, №6. — с. 24–29.
2. Офіційний сайт U. S. Department of Veterans Affairs [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.va.gov/trm/TRMGlossaryPage.asp>
3. Саприкіна, М. А. Корпоративна соціальна відповідальність: моделі та управлінські практики: підручник/Саприкіна М. А. та інші. — К.: ТОВ «Фарбований лист», 2011. — 480 с.

4. Кейнс Дж. М. Общая теория занятости, процента и денег: пер. с англ./Дж. М. Кейнс; Общ. ред. и предисл. А. Г. Милейковский, Ирина Михайловна Осадчая. — Москва: Прогресс, 1978. — 494 с.
5. Маршалл, А. Принципы политической экономии. Т. 2/Альфред Маршалл. — Москва: Прогресс, 1984. — 310 с.
6. Гэлбрейт Джон Кеннет. Экономические теории и цели общества/Джон Кеннет Гэлбрейт. — Москва: Прогресс, 1976. — 405 с.
7. Фридман, М. Капитализм и свобода/Мильтон Фридман. — 1982. — 280 с.
8. Геєць, В. М. Інститути соціалізації в Україні та країнах ЄС: тенденції розвитку та ключові відмінності [Електронний ресурс]/В. М. Геєць // Український соціум. — 2011. — №2. — с. 7–34. — Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Usoc_2011_2_3.pdf
9. Социальная ответственность бизнеса — опыт России и Запада (исследование). — М.: Общероссийская общественная организация «Деловая Россия», 2004 // http://www.soc_otvet.ru.
10. Политика корпоративной социальной ответственности: пути реализации [Электронный ресурс] // Журнал «Справочник по управлению персоналом», №4, 2010 г. Режим доступу: <http://www.annabocharova.ru/articles/article2FromPdf.php>
11. Геєць, В. Ринкова трансформація в 1991–2000 роках: здобутки, труднощі, уроки [Електронний ресурс]/В. Геєць // Вісник Національної академії наук України. — 2001. — №2. — с. 22–37. — Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/vpanu_2001_2_4.pdf
12. Самсонова, К. В., Буряк В. О. Нефінансова звітність, її сутність та значення в умовах соціально-орієнтованої економіки [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://nauka.kushnig.mk.ua/?p=57552>
13. Воробей, В. Соціальна звітність: стан та перспективи/Матеріали Зборів мережі Глобального Договору ООН (16 грудня 2009р.). — К.: 2009. — 11 с.
14. Що таке нефінансова звітність? [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.csrinfo.org.ua/content/view/32/49/lang,uk/>
15. Корпоративная социальная ответственность. Новая философия бизнеса. — М.: Внешкомбанк, 2011. — 56 с.
16. Повышение информационной открытости общества через развитие корпоративной нефинансовой отчетности/Аналитический обзор корпоративных нефинансовых отчетов 2008–2011. — М.: РСПП. — 2012. — 102 с.
17. Задирак, Д., Сморгочкова В. Социальная ответственность бизнеса // Социальное партнерство. — №2. — 2008. — с. 14–17.

Территориальная организация рынка труда Вологодской области

Шитяков Руслан Александрович, аспирант
Вологодский институт бизнеса (г. Вологда)

Территориальный аспект формирования рынка труда в России представлен международным, национальным (в пределах государства), региональным и муниципальным уровнями. Региональный уровень рынка труда в России представлен прежде всего субъектами федерации (области, края, республики). Такие субъекты федерации в России обладают не только территориальными хозяйственными комплексами, системами расселения населения, но и соответствующими органами управления для осуществления собственной региональной политики в сфере рынка труда, в том числе и трудовой занятости населения.

Ключевые слова: региональный рынок труда, административно-территориальное устройство, экономически активное население, безработица, занятость.

Переход России к рыночной экономике сопровождается становлением рынка труда, который является объектом исследования многих наук, в том числе и современной российской социально-экономической географии. В географии существуют достаточно давние традиции исследования труда. В классической советской экономической географии, которая своим объектом исследования имела размещение производства, его условия и факторы

в разных странах и районах, трудовые ресурсы рассматривались в качестве одного из важнейших факторов развития и территориальной организации хозяйства. На этой основе в рамках географии населения сформировалось специальное научное направление — география трудовых ресурсов. Территориальный аспект формирования рынка труда в России представлен международным, национальным (в пределах государства), региональным и му-

ниципальным уровнями. Региональный уровень рынка труда в России представлен прежде всего субъектами федерации (области, края, республики). Такие субъекты федерации в России обладают не только территориальными хозяйственными комплексами, системами расселения населения, но и соответствующими органами управления для осуществления собственной региональной политики в сфере рынка труда, в том числе и трудовой занятости населения. [2, с. 32].

Общие условия и предпосылки. [7]

Вологодская область расположена на севере Европейской части России и входит в Северо-Западный Федеральный округ. Площадь территории Вологодской области 144,5 тыс. кв. км. Протяженность с севера на юг 385 км, с запада на восток 650 км. Область граничит на севере с Архангельской, на востоке с Кировской, на юге с Костромской и Ярославской, на юго-западе с Тверской и Новгородской, на западе с Ленинградской областями, на северо-западе с Республикой Карелия. Удобное географическое положение позитивно влияет на развитие экономики. Через область проходят все виды транспортных коммуникаций: железные и автомобильные дороги, Северо-Европейский газопровод, Волго-Балтийский водный путь. Выгода географического положения области заключается также в близости к главным промышленным центрам страны: Москве и Санкт — Петербургу, а также соседстве с ведущими регионами Северо-Запада и Центра. Численность населения Вологодской области по состоянию на 1 января 2014 года составила 1196,2 тыс. чел. Удельный вес сельского населения — 29,2%, это относительно высокий уровень как на фоне регионов Северо-Западного федерального округа, так и в сравнении с общероссийским показателем. Численность населения в трудоспособном возрасте составляет 59,1%, что соответствует среднему российскому уровню. В 90-е годы Вологодская область вместе со всей страной пережила глубокий экономический кризис, характеризующийся прежде всего упадком сельского хозяйства. Меньший спад наблюдался в промышленности, что можно объяснить сформировавшейся в регионе структурой промышленного производства, усилением позиции основной металлургической компании ОАО «Северсталь». Основные отрасли промышленности Вологодской области: металлургия, химическое производство и лесной комплекс — имели существенный экспортный потенциал, ко-

торый позволил смягчить негативные последствия общего экономического кризиса 90-х годов. Начиная с 2000 года Вологодская область восстановила устойчивый экономический рост. В результате восстановления позиций традиционных базовых секторов хозяйства региона были достигнуты высокие темпы экономики, наращивались объемы производства. Комплекс целевых мер, проведенный в области за период 2000—2009 гг. способствовал качественному преобразованию экономики региона. В то же время влияние мирового финансово-экономического кризиса негативно отразилось на социально-экономической ситуации в области. Только за октябрь-декабрь 2008 года объем промышленного производства сократился по сравнению с докризисным на 42%, снизилась инвестиционная активность, увеличилась напряженность на рынке труда. Сокращения коснулись более 17,0 тыс. жителей области. Финансово-экономический кризис обозначил начало нового этапа политики занятости, характеризовавшегося резкой активизацией усилий государства и ускорением его реакции на изменяющиеся условия занятости. Уже в начале 2009 г. были разработаны дополнительные мероприятия, направленные на снижение напряженности на рынке труда Вологодской области, реализация которых осуществлялась в период 2009—2011 гг. с определенной корректировкой и привлечением средств федерального, регионального и местных бюджетов [7].

Вологодская область характеризуется сложным административно-территориальным устройством. Она состоит из 2 городских округов, 26 муниципальных районов, включающих в себя 22 городских и 252 сельских поселения. Эти особенности административно-территориального устройства оказывают прямое влияние на организацию локальных (муниципальных) рынков труда, как в отношении их статистического учета, так и их управления. Чтобы абстрагироваться от значительной территориальной дробности областного региона статистика рынков труда выделяет в качестве самостоятельных единиц лишь городские округа и муниципальные районы. По данным за 2013 год, Вологодская область находится на 50 месте по уровню безработицы, который составил 6,1%, тогда как средний уровень по стране составил 5.5%. [5]

Определимся с понятием «трудовые ресурсы» — это трудоспособная часть населения, которая, обладая физическими, интеллектуальными возможностями, спо-

Таблица 1. Население Вологодской области по категориям возрастов [5] На начало года

	2012	2013
Все население, человек	1198546	1196196
в том числе: моложе трудоспособного возраста (0–15 лет)	200037	205232
в трудоспособном возрасте	720601	707521
старше трудоспособного возраста (женщин 55 лет и старше, мужчин 60 лет и старше)	277908	283443

собна производить материальные блага или оказывает услуги [3].

К трудовым ресурсам в России относятся [1]:

— население в трудоспособном возрасте, за исключением инвалидов 1-й, 2-й групп и неработающих лиц трудоспособного возраста, получающих пенсии по старости на льготных условиях;

— население моложе и старше трудоспособного возраста, занятое в народном хозяйстве.

Субъектом деятельности на областном рынке труда выступают не сами трудовые ресурсы, а лишь экономически активное население, которое включает в себя как занятых общественно — полезной деятельностью, так и безработных, активно ищущих работу.

За пределами рынка труда находятся трудоспособные люди, ведущие личное подсобное хозяйство, находящиеся на иждивении других членов семьи, а также деклассированные слои населения. Поэтому численность экономически активного населения всегда ниже, чем численность трудовых ресурсов. Так, в 2013 г. численность экономически активного населения Вологодской области составила 628,4 тыс. человек или 89% от численности ее трудовых ресурсов. Этот показатель в самом общем виде отражает уровень вовлеченности трудовых ресурсов в рыночные отношения. Обращают на себя внимание существенные различия показателя по отдельным районам и городам области. Так, размах показателя в 2013 г. варьируется от 79,2% до 98,7%. Наиболее высокой вовлеченностью в рынок рабочей силы характеризуются Бабаевский, Белозерский, Вашкинский, Вожегодский, Вытегорский, Кадуйский, Кирилловский районы. Наоборот, меньшим уровнем использования своего трудоворесурсного потенциала выделяются Вологодский, Шекнинский районы, город Череповец и Череповецкий район, областной центр г. Вологда. Таким образом, при всей «размытости» территориальной «картины» наибольшей вовлеченностью трудовых ресурсов в рынок труда выделяются в целом западные, северо-западные, северные, северо-восточные районы. В свою очередь, за пределами рыночных отношений остается значительная часть трудовых ресурсов крайних южных и некоторых восточных

районов, а также городских округов г. Вологда, г. Череповец.

Поскольку рынок труда находится в перманентной динамике, то одним из его факторов выступает динамика численности экономически активного населения. Например за период 2011–2013 гг. численность экономически активного населения Вологодской области снизилась на 1,8%. При этом численность ЭАН возросла в городских округах г. Вологда, (+0,8%) г. Череповец (+0,3%), Шекнинском (+2,5%) и Кирилловском (+1,7%) районах [8]. В остальных районах наблюдается снижение численности экономически активного населения и объясняется данный факт демографическими и миграционными процессами.

Демографические процессы характеризуются естественной убылью населения Вологодской области, значительным снижением численности населения в сельской местности, в том числе и за счет миграционной убыли населения. За период 2009–2013 гг. численность сельского населения снизилась на 28,5 тыс. чел., численность городского населения увеличилась на 7,7 тыс. чел.

Важной проблемой для области являются большие различия в возможностях и обеспечении занятости в городской и сельской местности. В 2013 году уровень занятости городского населения составил 68,1%, сельского — 60,3%. При этом доля сельских жителей в численности экономически активного населения составила 27,0%, а среди признанных безработными — 43,0%.

В 2013 году показатель регистрируемой безработицы превысил средне областное значение 1,3% в 17 районах области, наибольшее его значение сложилось в Чагодощенском (6,5%), Междуреченском (2,7%), Великоустюгском (2,5%), Верховажском (2,0%), Устюженском (2,0), Белозерском (2,4%), Бабушкинском (1,9%) районах [8]. Анализ показывает, что большинство неблагоприятных по безработице районов относится к промышленно-аграрной и аграрной специализации экономики. Более сложная ситуация с занятостью во многом объясняется отсутствием у таких районов промышленного потенциала или недостаточно использованными возможностями его развития, что проявляется в обеспеченности вакансиями.

Таблица 2. Занятость и безработица в Вологодской области. [5,6]

Год	Экономически активные	Занятые	Безработные	Уровень безработицы %*
2013	628400	590200	38200	6,10
2012	640000	603000	37000	5,78
2011	645000	597000	47000	7,31
2010	654000	603000	51000	7,83
2009	671000	619000	52000	7,76
2008	658000	621000	37000	5,59
2007	661000	634000	26000	4,00
2006	670000	634000	36000	5,36

— по методологии МОТ.

В ряде районов и многих сельских населенных пунктах вакансии для обеспечения занятости населения отсутствуют или их крайне мало. Коэффициент напряженности на рынке труда значительно выше средне областного значения (1,1) и его значение варьируется в пределах от 0,6 до 8,1 незанятых на одну заявленную вакансию [8].

В отраслевой структуре занятости наибольшую долю составляют занятые в организациях промышленных видов деятельности, торговле, сельском и лесном хозяйстве, строительстве, образовании, здравоохранении.

В экономике Вологодской области произошел сдвиг в отраслевой и профессионально-квалификационной структуре рабочей силы: с 24,2% (2008г) до 22,5% (2013 г.) снизилась доля занятых в промышленном производстве с 8,0 до 6,2% занятых в сельском и лесном хозяйстве, при этом доля занятых в сфере оптовой и розничной торговли увеличилась с 6,7 до 9,6%. По состоянию на 1 января 2014 года количество вакансий, заявленных в органы службы занятости, составило 8668 [8]. 76% потребности работодателей в работниках для замещения свободных рабочих мест (вакантных должностей) составляют заявки на работников по рабочим профессиям, 87% вакансий носят характер постоянной работы. Более 77,6% вакансий постоянного характера, заявленных работодателями, приходится на города Вологду, Череповец и близлежащие к ним наиболее развитые Вологодский, Череповецкий, Сокольский и Шекснинский районы.

Как считают специалисты службы занятости, эффективное трудоустройство затруднено двумя основными причинами. Первая — структурный дисбаланс между спросом и предложением. Вторая — дефицит вакансий, характерный для отдаленных районов. Рынок труда Вологодской области испытывает наибольшую потребность в высококвалифицированных рабочих и персонале

для бюджетных структур: в сфере образования, здравоохранения и предоставлении социальных услуг, а способных и желающих заполнить эти свободные места не хватает. Большую роль играет уровень зарплаты: соискатели не всегда готовы соглашаться на любую работу и нередко предпочитают состоять на учете в службе занятости. К тому же качество рабочей силы, особенно в сельских районах, хозяев вакансий зачастую не устраивает.

Выводы. Проблемой, влияющей на развитие рынка труда Вологодской области, остается дисбаланс спроса и предложения рабочей силы в профессионально-квалификационном и территориальном разрезе.

Ситуация на рынке труда Вологодской области является своего рода индикатором экономического развития региона. Поэтому проблемам занятости населения уделяется должное внимание. Создание общественно необходимого количества рабочих мест посредством проведения целенаправленной инвестиционной, налоговой, кредитной политики — важнейшее условие сохранения стабильности на рынке труда и, следовательно, условие устойчивого развития территории. Для этого следует обеспечить решение комплекса задач в различных областях экономики, в том числе разработку генеральной схемы создания рабочих мест. Генеральную схему создания рабочих мест можно определить как некую технологическую матрицу количественных и качественных показателей, характеризующих структуру имеющихся рабочих мест и потребности в рабочих местах, необходимых для сбалансированного спроса и предложения рабочей силы на рынке труда. Долгосрочная (стратегическая) цель схемы создания рабочих мест состоит в формировании эффективной системы занятости населения (поддержании нормативно-целевого уровня безработицы), улучшения уровня жизни населения.

Литература:

1. Закон РФ от 19 апреля 1991 г. № 1032–1 «О занятости населения в Российской Федерации»;
2. Кашепов, А. В., Сулакшин С. С., Малчинов А. С. «Рынок труда: проблемы и решения», М; 2008 г.
3. Чукреев, П. А., Чукреев Е. П. Социальные технологии регулирования занятости в условиях регионального рынка труда. — Улан-Удэ: Изд-во СГТУ, 2000.
4. Генкин, Б. М. «Экономика и социология труда» учебное пособие, Москва, 2007 г.
5. Официальный сайт федеральной службы государственной статистики. URL: <http://www.gks.ru>;
6. Официальный сайт федеральной службы по труду и занятости URL: <http://www.rostrud.ru>;
7. Официальный Портал Правительства Вологодской области: vologda-oblast.ru.
8. Сайт департамента труда и занятости Вологодской области: <http://www.depzan.info>;

Некоторые аспекты конкурентной борьба за ресурсы в мировой экономике

Шоев Алим Халмуратович, магистр экономических наук, преподаватель
Гулистанский государственный университет (Республика Узбекистан)

Известно, что становление и развитие мировой экономики прошло довольно долгий и сложный эволюционный путь. Становление и развитие мировой экономики и международных экономических отношений начинается с периода рабовладельческого строя. Именно в этот период происходят первое крупное разделение труда в лице отделение от земледелия скотоводства, а также формируются первые централизованные государства и крупные города. Формирование централизованных государств дало толчок развитию торговли между этими государствами, что и явилось предпосылкой развития международных экономических отношений (МЭО) между странами мира. В дальнейшем рост и развитие мировой экономики и МЭО прошло феодальный, капиталистический и империалистические периоды. Но, ни один из этапов развития мировой экономики и МЭО так сильно не изменил общую политическую и экономическую картину мира как современный период после 50-х годов XX века.

Следует отметить, начиная с формирования мирового хозяйства по современный период, наблюдается жёсткая конкурентная борьба за основные ресурсы планеты «Земля» между ведущими державами мира. В современном мире сложились значительные различия между имеющимися в отдельных странах природными ресурсами и объёмами их потребления в различных странах. Согласно некоторым оценкам, США, располагающие 4,5% населения мира и примерно 20% минеральных ресурсов планеты, потребляют до 40% мировых природных ресурсов, прежде всего топливно-сырьевых. При этом на долю США приходится около 1/3 мировой продукции горнодобывающей промышленности. Ещё 30% потребляемых ресурсов приходится на страны Западной Европы, Канаду и Японии, которые вместе располагают 9% населения мира и примерно 20% природных ресурсов. Таким образом, развитые страны, обладающие примерно 40% минеральных ресурсов, потребляют 70% этих ресурсов. На долю США приходится около 25% мирового потребления нефти, тогда как их удельный вес в мировой нефтедобычи составляет лишь около 12% [1, с. 121].

Существует общедоказанный факт: 20% населения земли, которое проживает в промышленно-развитых странах мира потребляют 80% всех ресурсов земли, а остальные 80% населения земли всего 20% ресурсов. Здесь само с собой возникает вопрос, где демократия потребления? Именно это обстоятельство, в купе с ростом потребительской корзины населения ведущих держав мира является катализатором жёсткой конкурентной борьбы за экономические ресурсы земли от которого страдает население развивающихся стран мира.

Жёсткая конкурентная борьба за ресурсы мировой экономике началось в период великих географических открытий 16–17 веков, когда погоня за ресурсами привело к колонизации большинства стран Африки, Азии и Латинской Америки ведущими державами запада того периода. Более трёх веков страны колонии подвергались хищническому обкрадыванию со стороны стран запада. Именно в этот период такие страны как Великобритания, Франция и Испания удостоились формирования стабильного и вехомого золотовалютного резерва. Вторая мировая война и стремление фашистской Германии во главе с третьим рейхом к переделу мира привело к формированию международных организаций (ООН), которые и поставили конец к колониальной зависимости в мире, вследствие чего в 50–60е года XX века один за другим получили независимость бывшие колониальные страны Азии, Африки и Латинской Америки.

Конец колониальной зависимости в мире свидетельствовал якобы об равноправие всех стран мира в потребление ресурсов, но это обстоятельство ещё более обострило борьбу за ресурсы. Так, в частности если до второй мировой войны грабёж колониально зависимых стран осуществлялся открытым путём, после 50х годов XX века наблюдается более демократичный, не противоречащий международным нормам грабёж развивающихся стран. Сложившаяся не стабильная политическая обстановка в различных регионах мира, причём в регионах, где расположены развивающиеся страны (при косвенном вмешательстве западных стран) опять таки свидетельствует о нарастание борьбы за ресурсы. Вспомнить только «Арабскую весну» 2012 года, ситуацию в современной Сирии, отношения между Ираном и Западом по поводу ядерной программы Ирана, ситуацию на Украине, когда для достижения своих корыстных целей западные державы применяют различные средства для подчинения развивающихся стран, вплоть до государственного переворота.

Если обратить внимание на структуру промышленного производства развивающихся стран у них преобладает добывающая промышленность над обрабатывающей, что опять таки связано с низким уровнем развития техники и технологии обработки у этих стран. Данное обстоятельство связано с уровнем технологического разрыва между развитыми и развивающимися странами. Недостаток финансовых средств, квалифицированных кадров и научно-исследовательской базы у развивающихся стран привело к технологическому разрыву. Именно поэтому развивающиеся страны специализируются и ориентируются в международной торговле на экспорт продукции добывающей промышлен-

ности с низкой добавленной стоимостью. Данный вектор развития торговли развивающихся стран очень кстати пришлось промышленно-развитым странам, которые применяют все методы борьбы для сохранения своего положения в сложившейся обстановке.

Финансово-экономический кризис 2008 года, который по некоторым оценкам продолжается и по сей день, сильно ударил именно по экономике промышленно развитых стран, экономика которых заметно пошатнулась, вследствие чего назрели ряд социально-экономических проблем. Согласно экспертным оценкам в послекризисный период намечается значительный экономический рост в странах «BRICS» (Бразилия, Россия, Индия, Китай, ЮАР), которые к 2030 году по темпам экономического роста и основным экономическим показателям опередят промышленно развитые страны. И, если обратить внимание активизация западных стран по овладению основных природно-сырьевых ресурсов, и нагнетания нестабильной политической обстановки в развивающихся странах пришлось на послекризисный период. Более того в целях искусственного торможения экономического роста стран «BRICS» западные державы то и дело стимулируют различными средствами нестабильную обстановку в соседних с ними странах. Так, в частности наблюдается антироссийская пропаганда в приграничных с Россией странах и регионах (Центральная Азия, Северный Кавказ и Закавказье, Восточная Европа, Приднестровье), когда под предлогом интеграции в Европейское сообщество ультрарадикальные группировки сформированные в этих странах при финансовой поддержке запада нацелены на свержение действующих правительств (путём захвата власти), не идущих на компромисс с западом и не соглашающихся с их требованиями. Конечно, с гуманной точки зрения такое поведение западных держав не встраивается ни в какие рамки международных соглашений и не имеет положительной интерпретации в мире, но что делать раз сами страны запада были инициаторами создания различных международных конвенций и соглашений, регулирующих правовые и экономические отношения между странами, сами же не придерживаются их норм.

Жёсткая конкурентная борьба между ведущими капиталистическими странами привело к формированию «Триады» конкурирующих сторон — США, Япония, Западная Европа, которые по мере роста и развития конкурентной борьбы постепенно привлекали в свою сторону всё больше стран, что и привело к многополярности мировой экономики. При этом следует отметить «Вестернизация» постепенно отдаёт свои позиции в пользу азиатского направления, как более перспективного и надёжного рынка, что опять таки противоречит интересам запада и всё больше импульсирует конкурентную борьбу западных стран.

Неравенство в мире безусловно растёт. Поляризация общества увеличивается. Богатство сосредото-

чивается у относительно небольшой группы людей. Однако именно такая организация экономики и общества позволяет концентрировать ресурсы на наиболее перспективных и выгодных направлениях. При всей ее видимой несправедливости стимулируемая рынком борьба за экономическую власть ведет к общему прогрессу человечества. Общая экономическая мощь человечества, а также уровень и качество жизни населения мира в целом растут именно благодаря жесткой и бескомпромиссной борьбе за власть, инициируемой рыночной системой. [2, с. 24]

Естественно возникает вопрос: при столь жесткой конкурентной борьбе за ресурсы в мировой экономике, что же делать развивающимся странам?

На наш взгляд выход из этой непростой ситуации достигим при осуществление следующих мер:

- правительству стран кардинально пересмотреть существующую систему подготовки кадров и повысить финансирование сферы образования;

- уделять больше внимания и выделять весомые средства на научно-исследовательские разработки при производстве средств производства;

- субсидировать ту часть экспорта хозяйствующих субъектов, которые понесут убытки при производстве продукции отечественной техникой в первые 2—3 года пока данная технология не совершенствуется до конкурентоспособной;

- по мере возможности интегрироваться в интеграционные объединения с близлежащими странами для свободного перемещения техники и технологии с целью снижения себестоимости производимой продукции;

- в рамках интеграционных объединений развивающихся стран сформировать единый валютный рынок с введением единой валюты, способной дать отпор зависимости этих стран от глобальных мировых валют — доллара и евро;

- применять практику Китая в овладение и совершенствование зарубежной техники и технологии;

- активизировать деятельность содружества независимых государств, с переходом в последующие стадии интеграции с целью формирования конкурентоспособного интеграционного объединения в постсоветском пространстве, способного дать отпор любым экономическим санкциям со стороны западных держав;

- разработать комплекс мер, противодействующих информационной войне (через общественные сети интернета) направленной на идеологическую обработку подосознания общества с целью её зарядки против существующего государственного строя в стране;

Осуществление вышеуказанных мер поможет развивающимся странам постепенно выйти из сложной ситуации в конкурентной борьбе, повысить конкурентоспособность отечественных производителей и как результат более полно и эффективно воспользоваться ресурсами мировой экономики.

Литература:

1. «Мировая экономика» учебник под редакцией проф. А. С. Булатова, Москва.: 2002 год
2. Вахабов, А. В., Разыкова Г. Х., Хажикабаев Ш. Х. «Мировая экономика» учебное пособие Ташкент.: 2006 год

Теоретические аспекты мотивации государственных гражданских служащих

Ядоян Венера Оганесовна, студент
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации (г. Москва)

В статье обоснована актуальность внедрения эффективной системы мотивации государственных служащих. Раскрыты теоретические аспекты мотивации: сущность, понятие, виды мотивации и стимулирования труда. Подробны рассмотрены теории мотивации.

Ключевые слова: мотивация, теории мотивации, стимулирование труда, государственные служащие.

In this paper, the urgency of implementing an effective system of public employee motivation is founded. Theoretical aspects of motivation are disclosed: essence, definition, types of motivation and stimulation. The theories of motivation are considered in detail.

Keywords: motivation, theories of motivation, stimulation, public officials.

Для обеспечения эффективной деятельности органов государственной власти необходимо максимально полно использовать имеющиеся в них ресурсы. Человеческие ресурсы являются основой любой организации, главным ее капиталом. От уровня компетентности государственных служащих, их профессиональных знаний и навыков, внутренней готовности к труду зависит качество принятия управленческих решений. А это, в свою очередь, напрямую влияет на социально-экономическое развитие страны.

Ввиду того что на сегодняшний день Россия входит в число стран, имеющих низкий уровень эффективности государственного управления, качества публичных услуг и человеческого потенциала в целом, необходимость внедрения эффективной системы мотивации государственных служащих, ориентированной на повышение качества их труда, является стратегически важной задачей государства. Для этого необходимо серьезное теоретическое осмысление феномена мотивации в рамках государственной службы.

Главная задача управления кадрами государственной службы — ориентация работников на достижение целей организации и получение от них максимальной отдачи. Истинные побуждения, которые заставляют отдавать работе максимум усилий, разнообразны, поэтому их определение представляется довольно трудным процессом.

Путь к эффективному управлению человеком лежит через понимание его мотивации. Мотивация (от греч. *motif*, от лат. *moveo* — двигаю) — это процесс побуждения себя и других к деятельности для достижения личных целей или целей организации [3]. Зная то, что движет человеком, какие мотивы лежат в основе его действий, можно построить управление трудовой деятельностью государ-

ственного служащего таким образом, что он будет выполнять свои обязанности наилучшим образом.

Мотивация труда — это стремление работника удовлетворить потребности (то есть получить определенные блага) посредством трудовой деятельности [6]. Поэтому можно сделать вывод о том, что суть мотивации сотрудников в современном менеджменте состоит в познании и реализации путей их личных интересов, предоставлении им возможностей реализовать себя в процессе достижения целей организации.

Стимулирование труда — это метод воздействия на трудовое поведение работника через мотивацию [6].

Выделяют два вида методов стимулирования труда: материальные (экономические) и нематериальные (неэкономические) методы. К материальным методам можно отнести оплату труда, денежные вознаграждения в виде премий и бонусов, участие в прибылях и другие. Данный вид стимулирования труда, который также трактуется как прямая материальная мотивация, считается одним из самых эффективных. Материальные стимулы повышают инициативу работников, увеличивают уровень удовлетворенности от работы, привлекают потенциальных сотрудников [4].

Существует и косвенная материальная мотивация, к которой относятся больничные, отпускные, медицинская страховка, предоставление льготных кредитов, оплата обучения работников на различных курсах, дотации на питание в столовых, оплата счетов мобильной связи при подключении по корпоративному тарифу и многое другое. На государственной службе это выражается в основных и дополнительных государственных гарантиях. Среди них можно выделить предоставление выходных дней и нерабочих праздничных дней, а также ежегодных оплачи-

ваемых основного и дополнительных отпусков, медицинское страхование государственного служащего и членов его семьи, возмещение расходов, связанных со служебными командировками, профессиональную переподготовку, повышение квалификации и стажировку с сохранением на этот период замещаемой должности и денежного содержания, транспортное обслуживание, обеспечиваемое в связи с исполнением должностных обязанностей, единовременную субсидию на приобретение жилого помещения и другие [5].

Денежное содержание является основным средством материального обеспечения и стимулирования профессиональной служебной деятельности, поскольку законодательство накладывает определенные ограничения и запреты на возможность получения государственными служащими иных доходов помимо основного места работы. Так, в Федеральном законе от 27.07.2004 N 79-ФЗ «О государственной гражданской службе Российской Федерации» в статье 17 прописано, что гражданскому служащему запрещается участвовать на платной основе в деятельности органа управления коммерческой организацией, осуществлять предпринимательскую деятельность и другие [5].

Среди нематериальных методов стимулирования труда выделяют организационные и моральные [4]. Первые подразумевают привлечение сотрудников в процесс принятия решений, делегирование полномочий, обогащение труда. Моральные методы стимулирования включают в себя объявление благодарности, награждение дипломами, грамотами или благодарственными письмами, вывешивание фотографии на доске почета, поздравления и вручение подарков, организация корпоративных мероприятий неофициального характера, оказание внимания новичкам в период адаптации.

На государственной службе существуют особые виды нематериальных поощрений, такие, как присвоение почетных званий, награждение знаками отличия, орденами и медалями Российской Федерации [5].

Сегодня мотивация сотрудников занимает одно из центральных мест в управлении персоналом, поскольку она выступает непосредственной причиной их поведения. Однако даже за тысячи лет до того, как слово «мотивация» вошло в лексикон руководителей, было хорошо известно, что можно воздействовать на людей для успешного выполнения ими задач организации. И хотя руководители в те времена в большей степени неверно понимали поведение людей, приемы, которыми они пользовались в тех условиях, часто были очень эффективными [1].

В первоначальных теориях (например, метод «Кнута и пряника») предпринимались попытки построить универсальную модель мотивации и применить ее к любому работнику в любое время на основе простых стимулов принуждения, материального и морального поощрения [3].

Содержательные теории базируются на идентификации внутренних факторов, то есть потребностей, заставляющих людей поступать тем или иным образом. Наи-

более популярной из данных теорий является концепция А. Маслоу, в центре которой — пять групп потребностей индивидов в виде пирамиды, обуславливающей, что потребности более высокого уровня невозможно удовлетворить до тех пор, пока человек нуждается в потребностях более низкого уровня. В основании пирамиды — физиологические потребности, далее потребности в безопасности, социальные потребности (общение), престижные потребности (признание и уважение), на пике пирамиды — духовные потребности (самоактуализация). На основе данной модели руководству необходимо проводить постоянное «наблюдение» за государственными служащими и активно реагировать на выявленные потребности.

Дэвид МакКлелланд (начало 1960-х гг.) выделил потребности исключительно высшего уровня: потребности в успехе, власти и причастности [1]. Согласно данной модели, государственным служащим, которые стремятся к успеху и причастности, необходимо ставить сложные задачи, делегировать больше полномочий, создавать условия для обратной связи, участия в принятии решений и внутриорганизационных коммуникациях.

В соответствии с двухфакторной теорией мотивации Ф. Херцбергера у индивида имеются две иерархии потребностей: гигиенические факторы, связанные с условиями труда (освещение, режим работы, отношения с коллегами и руководством и т.д.) и мотивирующие, связанные с «внутренними потребностями» (успех, содержание труда, самостоятельность в работе, признание заслуг, возможности для карьерного роста и т.д.) [2]. Так, в организации должен быть составлен список гигиенических и мотивирующих факторов, затем государственные служащие должны самостоятельно выбрать наиболее важные из них, которые будут удовлетворены в первую очередь.

Процессуальные теории рассматривают влияние различных процессов труда на мотивацию. Теория ожидания В. Врума базируется на положении о том, что наличие активной потребности не является единственным необходимым условием мотивации человека на достижение определенной цели. Человек должен также надеяться на то, что выбранный им тип поведения действительно приведет к удовлетворению или приобретению желаемого. Согласно подходу Врума все ожидания индивидов можно разделить на ожидания того, что усилия дадут желаемые результаты, ожидание того, что результаты принесут соответствующее вознаграждение, а также ожидаемая ценность вознаграждения [3]. Поэтому руководству необходимо формировать высокий, но реалистичный уровень результатов, ожидаемых от подчиненных, и убедить их в том, что они могут их добиться, если приложат силы.

Теория справедливости, предложенная С. Адамсом (1965) предполагает экономический обмен между работодателем и работником: работник «входит» в организацию со своим человеческим капиталом, который позволяет ему повышать результативность организации, в ответ органи-

зация предоставляет ему вознаграждение, безопасность и удовлетворенность своей деятельностью [1]. Основной вывод теории справедливости состоит в том, что до тех пор, пока люди не начнут считать, что они получают справедливое вознаграждение, они будут стремиться уменьшать интенсивность труда.

Л. Портер и Э. Лоулер разработали комплексную теорию, включающую элементы теории ожидания и теории справедливости. В их модели фигурирует пять переменных: затраченные усилия, восприятие, полученные результаты, вознаграждение, степень удовлетворения [2]. Согласно данной модели, достигнутые резуль-

таты зависят от приложенных сотрудником усилий, его способностей и характерных особенностей, а также осознания им своей роли. Один из наиболее важных выводов Портера и Лоулера состоит в том, что результативный труд ведет к удовлетворению.

Разработка эффективной системы мотивации, содержащей различные методы стимулирования государственных служащих, а также постоянный мониторинг их потребностей с последующим внесением соответствующих корректировок в существующую систему мотивации, обеспечат высокое качество деятельности института государственной службы в стране.

Литература:

1. Мескон, М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента: пер. с англ. — Медведь О. — М.: Вильямс, 2009. — 672 с.
2. Петрова, Н.И. Модели трудовой мотивации в процессе управления персоналом // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: Экономика и финансы. 2010. № 1. с. 481–485.
3. Семенов, А.К., Набоков В.И. Основы менеджмента: Учебник, 5 изд., перераб. и доп. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2008. — 556 с.
4. Уткин, Э.А., Бутова Т.В. Мотивационный менеджмент. М.: ТЕИС, 2004.
5. Федеральный закон от 27.07.2004 N 79-ФЗ (ред. от 28.12.2013) «О государственной гражданской службе Российской Федерации».
6. Энциклопедия менеджмента. URL: <http://www.pragmatist.ru/glossarij>

Современная экономика и тенденции ее развития

Яковлева Алена Валерьевна, бакалавр, экономист
ОАО «Волжский трубный завод» (Волгоградская обл.)

Исследование процессов интеграции, характерных для развития современной мировой экономики, позволяет выделить две основные тенденции. Первая тенденция заключается в расширении числа государств, входящих в разного рода интернациональные экономические объединения, межгосударственные экономические организации, что представляет собой следствие набирающего обороты процесса усиливающейся глобализации мировой экономики. Вторая тенденция — это непрерывное совершенствование форм и методов реализации мировой экономической интеграции, что говорит о происходящих в этом процессе серьезных качественных изменениях.

В конце XX века, большинство стран мира, (независимых государств, признанных Организацией Объединенных Наций), которых насчитывается около двухсот, стали членами различных организаций, в частности членами экономических союзов разного рода. Так, в 1998 году, членами Международного валютного фонда (МВФ) были 183 государства, 180 были членами Всемирного банка (ВБ), более 130 стран входили во Всемирную торговую организацию (ВТО), около сотни государств мира являлись членами международной организации труда (ВОТ), и т. д.

Помимо перечисленных экономических организаций в настоящее время на территории всех континентов мира действует значительное число межгосударственных экономических организаций, представляющих широкий спектр видов межгосударственной экономической интеграции. Среди них: Европейский Союз (ЕС), Карибское сообщество, Ассоциация государств Юго-Восточной Азии (АСЕАН), Организация стран Азиатско-тихоокеанского экономического сотрудничества (АТЭС) и другие.

Важно отметить, что международное право не препятствует участию одной и той же страны одновременно в различных организациях и международных экономических союзах.

Современная мировая экономика характеризуется происходящими существенными качественными преобразованиями, благодаря которым мировая экономика обретает новые возможности. Среди данных преобразований можно выделить следующие:

- создание мировой экономической инфраструктуры;
- регулирование международного обмена товарами и услугами;

— создание наднациональных мировых производителей обеспечения государств экономическими ресурсами, включая капитал и информационные технологии;

— создание и расширение экономических, валютных и политических, международных союзов;

— развитие и укрепление роли сельскохозяйственных корпораций в мире;

— внедрение в массы переходных экономик стран мира, в общемировую систему статистического и бухгалтерского учета.

Международная экономическая интеграция как процесс взаимодействия экономик отдельных стран и их внутриэкономических структур, осуществляется с целью экономической взаимовыгоды. Происходит данный процесс взаимодействия в различных формах и на разных уровнях. Создание и развитие международной экономической интеграции начинается с установления торговых отношений между отдельными странами, с развития комплексного экономического сотрудничества государств вплоть до полной интернационализации национальных экономик.

В современном мире уровень международной экономической интеграции достиг высокого уровня и характеризуется глобальным масштабом. Глобализация экономики представляет собой высшую форму международной экономической интеграции. Она выражается в организации деятельности межгосударственных и международных экономических объединений, в формировании и развитии современного сообщества, в развитии международных экономических институтов и транснациональных компаний.

Если первые стадии международной экономической интеграции характеризовались преимущественно одной формой реализации международного сотрудничества — международной торговлей, то фаза глобализации характеризуется перемещением рабочей силы, капитала, научно-технических знаний и информации на планетарном уровне.

Таким образом, можно утверждать, что на этапе глобализации международная экономическая интеграция приобретает не только более значимые количественные характеристики, но также и новые, более продвинутые формы международного экономического сотрудничества.

Глобализация представляет собой сложный процесс, в ходе которого происходит усиление международного экономического обмена, происходит формирование и организация международных экономических союзов, создаются международные (транснациональные) компании и финансовые центры.

Чем можно объяснить столь быстрое развитие интеграционных процессов в экономике на рубеже XX—XXI веков?

Выделим три основные факторы, влияющие на происходящие в мировой экономике тенденции усиления глобализационных процессов:

1. Усилившаяся конкуренция, вызванная существенным ростом масштаба производства, что вынуждает

бизнес в поисках лучших условий эксплуатации «перешагивать» через национальные границы.

2. Наличие во второй половине XX века благоприятных политических обстоятельств: распад колониальной системы, обусловивший необходимость установления в мире нового экономического порядка, конец «холодной войны» — периода противостояния двух социально-экономических систем, что позволило укрепить мировое сообщество и дало возможность рассматривать мир как целостную систему.

3. Современные достижения научно-технического прогресса для создания качественно новой, надежной мировой экономической инфраструктуры, в том числе международной транспортной сети, соответствующей требованиям времени средства связи, крупной информационной системы. Благодаря этому удалось избежать значительных затрат на перемещение товаров и факторов производства, снизилась степень экономического риска, стала реальной возможность быстрого перемещения рабочей силы, технологий и капитала во всем мире.

В результате действия совокупности этих факторов в мире объективно сложились условия, необходимые для более полной реализации преимуществ экономической интеграции и перехода ее на новую стадию — стадию зрелой глобализации.

Глобализация экономической интеграции в целом является одной из форм организации экономики. На глобальном уровне преимущества влияния интеграционных процессов могут быть достигнуты от международной специализации и кооперации, международной торговли, рационального потребления рабочей силы и других факторов производства, а также использования в мировой экономике последних достижений науки и техники.

Современная экономическая наука пока не в состоянии определить полный эффект от реализации интеграционных процессов на глобальном уровне. Это связано прежде всего со сложностью вычисления результатов интеграции и ее последствий во времени и пространстве.

В исследованиях такого рода принято различать статические и динамические эффекты интеграции.

Статические эффекты определяют экономические последствия международной интеграции, полученные непосредственно после выполнения задачи консолидации экономик двух или более стран.

Динамические эффекты оценивают влияние международной экономической интеграции в перспективе.

Как правило, расчеты статических эффектов сводятся к сопоставлению результатов ориентации потребителей в стране на приобретение тех или иных продуктов или факторов производства. Учитывается эффект от наличия или отсутствия таможенного союза или любого другого интеграционного модуля.

При расчете данного типа, необходимо учитывать негативные последствия от международной экономической интеграции. Негативные результаты особенно важно исследовать в перспективе. Именно в будущем импорт то-

варов и услуг из другой страны может сказаться, например, на проблемах занятости в этой стране.

Глобализация в экономической сфере помимо создания экономических последствий международной интеграции на глобальном уровне способствует созданию благоприятной внешней атмосферы. Как правило, экономический союз является основой для укрепления взаимопонимания, а также политического и культурного сближения стран. Кроме того, экономическая интеграция способствует развитию взаимопомощи и солидарности, вплоть до поддержки вооруженных сил стран, связанных экономическими обязательствами.

Наряду с перечисленными выше последствиями, международная экономическая интеграция на глобальном уровне создает много новых своеобразных форм экономических отношений, в которых переплетаются сотрудничество и конкуренция, а рынка связи заменяется контрактно-рыночными отношениями.

Одним из основных последствий глобальной интеграции является создание условий, необходимых для развития сотрудничества.

Развитие международного сотрудничества — это специфическая форма организации производственной деятельности, которая включает в себя участие одновременно нескольких или многих стран на основе производственной специализации (в том числе домен, поддетальной и технологической) каждой из них. Такая форма организации производства предполагает выход производственного процесса за рамки отдельной страны и осуществление его одновременно в нескольких странах в международном масштабе.

Примеры подобного сотрудничества стали очень популярными в последние годы. Многие россияне купили телевизор, детали которых были изготовлены в Японии или Южной Корее, а их сборка осуществлялась на заводах в Малайзии, Тайване или Гонконге.

Международное производство сотрудничества отражает более высокую степень специализации и сотрудничества. Этой форме организации производства присущи следующие признаки:

- высокая эффективность производства, и, соответственно, более высокий уровень производительности;
- наличие долгосрочной перспективы и стабильности экономических отношений между сторонами;
- тесное международное научно-техническое сотрудничество;
- наличие у нескольких стран мира общих программ, единых целей в осуществлении совместной деятельности.

Среди перечисленных черт международного производственного сотрудничества особое место занимает время международного научно-технического сотрудничества, потому что в эпоху развития СТС деятельность в этой области приобретает решающее значение не только для развития производства и экономики, но и для общества в целом.

Известно, что существующие институты, технические исследования и разработки, проектирование, про-

ектные работы требуют значительных затрат, иногда непосильных для одной компании или даже одной страны. Для достижения своих целей в этом направлении, компаний целых стран кооперируются, сосредоточив свои усилия и капиталы на международном уровне. Примером тому могут служить космические программы высокоразвитых стран (Японии, Канады, Германии и других), которые построены исключительно на основе сотрудничества со странами, которые имеют космические носители (Россия, США).

В этих условиях, когда одновременно консолидируются средства нескольких стран или фирм разных стран, расходы на исследования и разработки для каждого входящего в альянс субъекта существенно уменьшаются, что приводит к экономическому эффекту.

Наиболее распространенными видами международного научно-технического сотрудничества в рамках глобальной интеграции являются:

- создание научно-исследовательских центров, институтов, лабораторий для разработки новейших тенденций в области прикладной науки, для создания моделей и совершенных конструкций, расчетов технико-экономической эффективности новых научных разработок;
- осуществление совместных исследований, проведение разведки полезных ископаемых, определение возможностей использования в экономике других природных ресурсов, включая ресурсы океанов, морей, рек, лесов и воздушного пространства;
- открытие наиболее эффективных форм организации производства, маркетинговой деятельности в целях повышения экономической эффективности предприятий, входящих в европейский союз;
- совместная деятельность по исследованию, передаче и внедрению эффективного опыта за рубежом в области организации труда и производства;
- совместная подготовка и использование квалифицированной рабочей силы для более эффективного применения на международном уровне производства, а также для регулирования на международном уровне числа работников, занятых в различных фазах экономического цикла.

Примерами воплощения инноваций международного сотрудничества в мировой экономике являются:

- интеграция в рамках ЕС, создание уникального, не только экономического, но и миграционного пространства, подразумевающего свободу передвижения в рамках Маастрихтского соглашения 1992 г., введение единой валютной единицы евро, и т. д.;
- работа многих наднациональных организаций, регулирующих международные экономические отношения, например, Европейский банк реконструкции и развития, Международный валютный фонд, Всемирный банк, Всемирная торговая организация, Всемирная организация труда и др.

Кроме того, все более значительное место в международных экономических отношениях начинают занимать

транснациональные корпорации и мировые финансовые центры (МФЦ).

К особенностям современного этапа развития мировой экономики следует отнести и снижение удельного веса в экономике некоторых, ранее распространенных форм, и увеличение других, ранее отсутствующих или игравших малозначимую роль. Так, международная торговля товарами, бывшая родоначальницей международных экономических отношений, в настоящее время уступила ведущее место международным финансовым операциям. Кроме того, такие распространенные формы международной передачи капитала, как прямые иностранные инвестиции, постепенно вытесняют международные портфельные инвестиции.

Большая роль в формировании современной мировой экономики принадлежит международной инфраструктуре. Особенно большое значение принадлежит той ее части, которая связана со средствами связи и информации.

Неоспоримым является тот факт, что без надежных, быстрых и устойчивых сетей транснациональных связей, без глобальной экономической информатизации невозможно не только существование, но и возникновение организаций мирового масштаба. Трудно представить себе работу, например, Международного валютного фонда или частных международных банков, бирж без современных информационных систем.

Одной из основных причин относительно медленного вхождения современной российской экономики в мировую систему хозяйства, по-прежнему является тот факт, что Россия пока еще не имеет в полной мере современных сетей связи с международным сообществом, что означает не достаточный доступ российских предпринимателей в информационные системы международного уровня.

Практика показывает, что только там, где средства массовой информации и информатики соответствуют мировым стандартам, процесс интеграции в мировой экономический процесс происходит не только быстро, но и эффективно. Ярким примером этого является Москва, которая в 90-е годы за рекордно короткие сроки (5–7 лет) по показателям оснащения средствами связи и доступа к информационным технологиям стала в один ряд с развитыми странами мира, где такие условия были созданы гораздо раньше.

Несмотря на то, что в процесс глобальной интеграции участвуют практически все страны земного шара, степень участия каждой из них различна. Некоторые из них характеризуются низкой степенью экономической интеграции, другие, достигнув верхних пределов международных экономических отношений, расширяют сотрудничество на межгосударственном уровне не только в экономике, но и военной и политической сфере.

Можно выделить четыре типа (этапа) международной экономической интеграции: зона свободной торговли, таможенный союз, единый глобальный рынок, экономический и валютный союз.

Зона свободной торговли (ЗСТ) — первая стадия интеграции, предусматривает соглашение между государ-

ствами относительно свободной от таможенных пошлин и количественных ограничений международной торговле товарами и услугами.

Положительным моментом создания ЗСТ является стабилизация и предсказуемость торговой политики государств-участников этого союза.

Отрицательной чертой подобных соглашений является тот факт, что открытие границ государства для импорта товаров и услуг из других стран, может создать некоторые трудности для отечественных производителей. Это связано с возможностью усиления конкуренции на внутреннем рынке и, соответственно, опасностью банкротства отечественных производителей из-за их неконкурентоспособности.

Таможенный союз (ТС) происходит на основе соглашений государств-участников относительно полной отмены таможенных пошлин при взаимобмене товаров и услуг. Кроме того, ТС предусматривает создание единого для всех стран-участников внешнего таможенного тарифа. Как правило, единый тариф распространяется не на все виды товаров и услуг, а на часть из них. ТС является более совершенной моделью интеграции и формой международного экономического сотрудничества, чем ЗСТ, так как не только исключает таможенные ограничения, но и требует от стран-участниц единой внешнеторговой политики. Установление единого тарифа на определенные товары или услуги дает эффект, так как, либо позволяет защитить страны Союза от внешней зависимости, либо создает условия для стимулирования производства конкурентоспособной продукции внутри Союза, что благоприятно влияет на внутрисоюзный рынок и тем самым усиливает развитие интеграционных процессов внутри ТС.

Единый рынок (ЕР) представляет более совершенную форму экономической интеграции, чем ЗСТ и ТС. Помимо факторов, имевших место на предыдущих уровнях, он предусматривает унификацию технических норм, единых экологических требований, а также единой законодательной базы для внутрисоюзного предпринимательства.

Создание ЕР является длительным, сложным и противоречивым процессом. Особую трудность, как показал опыт создания Европейского общего рынка, представляет здесь проблема квот — т. е. установления долей в производстве, реализации и покупке товаров как внутри, так и за пределами каждой страны-участницы и единого рынка в целом.

Примером ЕР мог бы стать Союз между Россией и Белоруссией, а также альянс между Россией, Казахстаном и Киргизией. Однако пока эти Союзы реально малодейственные, а соглашения о свободной торговле к 2000 г. все еще не были ратифицированы парламентами этих стран (кроме случая между Россией и Белоруссией).

Экономический Союз (ЭС) — высшая форма современной межгосударственной интеграции.

Он представляет собой объединение государств на основе создания единого экономического, правового, воен-

ного и информационного пространства. ЭС, как правило, является составной частью межгосударственного союза.

В настоящее время в мире существует только один ЭС — Европейский Союз (ЕС). В рамках этого Союза, трансформировавшегося в 1993 г. из Европейского общего рынка, функционируют такие наднациональные органы управления, как Европейский парламент, Совет министров, Еврокомиссия, Суд и Европейский Совет.

ЕС включает в себя 28 европейских стран.

Важной вехой в процессе экономической интеграции ЕС является создание в 2001 году валютного Союза.

ЕС предполагает расширенную межгосударственную интеграцию, в области как производства так и обращения товаров. Безусловным фактом является то, что интересы (не только экономические) стран-членов европейского Союза не всегда могут совпадать. Кроме того, интеграция не только не ликвидирует межгосударственную конкуренцию, но в некоторых случаях может увеличить ее. Таким образом, даже в рамках ЕС, каждое государство-член, утверждая некие общесоюзные интересы, первоочередное значение придает национальным интересам.

Так, Англия, являясь полноправным членом ЕС, в то же время, пока воздерживается от подписания конвенции о свободном передвижении людей в границах Союза. Не спешит она и с переходом на общесоюзную валюту.

Не исключено, что в некоторых случаях страны-участницы того или иного экономического альянса могут в определенной степени принести в жертву свои национальные интересы.

Союз отдельных государств, в каких-либо альянсах, не устраняет существующих между ними различий. Союзы могут включать относительно богатые и бедные страны, экономически развитые державы, и относительно небольшие государства.

Значительная дифференциация стран, различие их способностей и интересов приводят к тому, что от реализации международных экономических отношений они получают неодинаковый результат. Самое большое преимущество от международной экономической интеграции, получают, как правило, экономически развитые, богатые и политически стабильные государства. Это связано с тем, что, во-первых, именно в развитых странах, в настоящее время производят наиболее прибыльную наукоемкую и трудоемкую продукцию, а во-вторых, экспорт капитала (что, конечно, могут позволить себе богатые страны) является наиболее выгодным, в форме современного бизнеса.

Страны-аутсайдеры различных международных экономических альянсов, вступив в них, также преследуют свои национальные экономические интересы. Не получая сверхвысоких доходов, они приобретают возможности и средства для более ускоренного чем ранее экономического роста, для достижения уровня экономически развитых и богатых стран. Таким путем прошли Япония, Ав-

стралия, Южная Корея и сейчас идут Сингапур, Тайвань и Малайзия.

Отстаивая собственные национальные интересы, страны-участницы процесса интеграции усиливают конкурентную борьбу, поднимая ее на более высокий уровень. Международная конкуренция сейчас ведется одновременно на двух уровнях: между странами-участницами любого экономического объединения и между отдельными экономическими ассоциациями (союзами) государств. Примерами внутрисоюзной конкуренции могут служить так называемые винные и мясные «войны» между Францией, Испанией, Италией и Германией в рамках ЕС, а также сахарная «война» между Россией и Украиной за рынки сбыта и квоты на территории стран СНГ.

Примером международной конкуренции другого уровня является борьба между США и Японией, с одной стороны, и стран ЕС за рынки на территориях России и государств СНГ.

Объективно, становление современной мировой экономики основывается на модели развития производства и международного разделения труда (МРТ), «втягивании» в совокупный процесс общественного воспроизводства (то есть в мировой процесс воспроизводства) все новых субъектов, трансформации мировой торговли в один из наиболее важных факторов экономического роста, необходимости удовлетворения растущих потребностей в широкий спектр продуктов и услуг. В рамках мировой экономики, производство материальных и духовных благ, их распределение, обмен и потребление важны не только в рамках отдельных государств, но и в на международном уровне. Каждая из этих фаз мирового воспроизводственного процесса, как на глобальном уровне, так и в рамках страны, влияет на мировую экономическую систему. Мировая экономика в своем развитии прошла несколько этапов:

Этапы развития мировой экономики

Первый этап становления современной мировой экономики связан с появлением первых элементов мирового хозяйства — мировой торговли, зарождением, становлением и развитием мирового товарного рынка. Исторические рамки этого процесса: XVI в. — первая половина XIX в.

На втором этапе становления мировой экономики, развитие капиталистических отношений приводит к переходу капитализма на империалистическую стадию. Этот шаг характеризуется монополизацией производства, резким увеличением экспорта капитала за границу, территориальным и экономическим разделом мира (вторая половина XIX-первая половина XX века). Таким образом, расширились экономические формы международного общения, международный обмен товарами значительно интегрировался с другими формами экономического взаимодействия между странами, в частности, международной миграцией факторов производства. Были заложены основы организации производства отдельных товаров, материалов на предприятиях, расположенных в различных странах (добыча и переработка первоначального сырья

колоний и производство готовой продукции в метрополии). Данный этап характеризуется подготовкой к мировой экономической интеграции.

Третий этап обусловлен рядом факторов. Из-за разбалансирования мирового хозяйства после экономического кризиса 30-х гг. (Великой депрессии) и Второй мировой войны, с середины XX в. стало ясно, что мировое хозяйство не может стабильно функционировать без каких-то общих для всех стран механизмов координации и управления. На микроуровне, фирмы стали активнее создавать вертикальные схемы управления производственными процессами и постепенно переросли в междуна-

родные корпорации. На макроуровне возникла система экономических и финансовых организаций, отслеживающих и регулирующих мировое экономическое развитие (МВФ, Всемирный банк, ООН, Всемирная торговая организация). В 50-е гг. XX в. разрушилась колониальная система, связывающая экономики колоний и метрополий. На рубеже 90-х гг. произошел крах системы «реального социализма». Переход бывших колоний и социалистических стран к рынку сделал экономику этих государств более открытой. Итак, во второй половине XX в. мировая экономика приобрела новое качество, стала международной.

Литература:

1. Современная экономика; КноРус — Москва, 2010. — 320 с.
2. Современная экономика; КноРус — Москва, 2013. — 320 с.
3. Современная экономика: 100 экзаменационных ответов; ИКЦ «МарТ» — Москва, 2004. — 224 с.
4. Управление и экономика фармации. В 4 томах. Том 3. Экономика аптечных организаций; Академия — Москва, 2008. — 432 с.
5. Антохина, Ю. А., Оводенко А. А., Платова Е. Э. Мировая экономика и регионы. Экономика Невского края и императорского Санкт-Петербурга. IX — начало XX вв.; ГУАП — Москва, 2010. — 602 с.
6. Волконский, В. А., Корягина Т. И. Современная многоярусная экономика и экономическая теория; Институт экономических стратегий — Москва, 2006. — 100 с.
7. Елисеев, А. С. Современная экономика. Учебное пособие; Дашков и Ко — Москва, 2004. — 504 с.
8. Корчагин, Ю. А. Современная экономика России; Феникс — Москва, 2008. — 672 с.
9. Кушлин, В. И., Чичканов В. П. Современная рыночная экономика. Энциклопедический словарь; М.: Российская академия государственной службы при Президенте РФ — Москва, 2004. — 744 с.
10. Липсиц, И. В. Экономика. История и современная организация хозяйственной деятельности. Учебник для 7–8 классов; Вита-Пресс — Москва, 2012. — 224 с.
11. Экономика преступлений и наказаний. Под редакцией Латова Ю. В. №9–10, 2006.
12. «Экономика и право» для регионалистики. «Экономика и право» для экономической истории; РГГУ — Москва, 2006. — 206 с.
13. Гайдар, Е., Гайдар Т. Современная экономика России. Справочные и аналитические материалы; Проспект — Москва, 2010. — 160 с.
14. Романов, В. Н., Романова Г. В. Современная экономика в вопросах и ответах: Микроэкономика; — Москва, 2001. — 416 с.
15. Скляр, А. Я. Наивная экономика, или Экономика без политики, философии и психологии; Горячая Линия — Телеком — 2000. — 108 с.

Молодой ученый

Ежемесячный научный журнал

№ 6 (65) / 2014

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ:

Главный редактор:

Ахметова Г. Д.

Члены редакционной коллегии:

Ахметова М. Н.
Иванова Ю. В.
Лактионов К. С.
Сараева Н. М.
Авдеюк О. А.
Алиева Т. И.
Ахметова В. В.
Брезгин В. С.
Данилов О. Е.
Дёмин А. В.
Дядюн К. В.
Желнова К. В.
Жуйкова Т. П.
Игнатова М. А.
Коварда В. В.
Комогорцев М. Г.
Котляров А. В.
Кучерявенко С. А.
Лескова Е. В.
Макеева И. А.
Мусаева У. А.
Насимов М. О.
Прончев Г. Б.
Семахин А. М.
Сенюшкин Н. С.
Ткаченко И. Г.
Яхина А. С.

Ответственные редакторы:

Кайнова Г. А., Осянина Е. И.

Международный редакционный совет:

Айрян З. Г. (Армения)
Арошидзе П. Л. (Грузия)
Атаев З. В. (Россия)
Борисов В. В. (Украина)
Велковска Г. Ц. (Болгария)
Гайич Т. (Сербия)
Данатаров А. (Туркменистан)
Данилов А. М. (Россия)
Досманбетова З. Р. (Казахстан)
Ешиев А. М. (Кыргызстан)
Игисинов Н. С. (Казахстан)
Кадыров К. Б. (Узбекистан)
Козырева О. А. (Россия)
Лю Цзюань (Китай)
Малес Л. В. (Украина)
Нагервадзе М. А. (Грузия)
Прокопьев Н. Я. (Россия)
Прокофьева М. А. (Казахстан)
Ребезов М. Б. (Россия)
Сорока Ю. Г. (Украина)
Узаков Г. Н. (Узбекистан)
Хоналиев Н. Х. (Таджикистан)
Хоссейни А. (Иран)
Шарипов А. К. (Казахстан)

Художник: Шишков Е. А.

Верстка: Бурьянов П. Я.

Статьи, поступающие в редакцию, рецензируются.

За достоверность сведений, изложенных в статьях, ответственность несут авторы.

Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов материалов.

При перепечатке ссылка на журнал обязательна.

Материалы публикуются в авторской редакции.

АДРЕС РЕДАКЦИИ:

420126, г. Казань, ул. Амирхана, 10а, а/я 231.

E-mail: info@moluch.ru

<http://www.moluch.ru/>

Учредитель и издатель:

ООО «Издательство Молодой ученый»

ISSN 2072-0297

Тираж 1000 экз.

Отпечатано в типографии «Конверс», г. Казань, ул. Сары Садыковой, д. 61