

МОЛОДОЙ

ISSN 2072-0297

УЧЁНЫЙ

ежемесячный научный журнал



ОТЕЧЕСТВЕННЫЕ
ЗАПИСКИ
УЧЕНО-ЛИТЕРАТУРНЫЙ

ПОЛНОЕ СОБРАНИЕ
СОЧИНЕНИЙ
В. Г. БЪЛИНСКАГО.
ВЪ ДВѢНАДЦАТИ ТОМАХЪ

ПОДЪ РЕДАКЦІЕЮ И СЪ ПРИМЪЧАНИЯМИ
С. А. Венгерова.
ТОМЪ VII.

С.-ПЕТЕРБУРГЪ.
Типографія Товарищества «Общественная Печать»
Вольная Подлецовская, 20.



7
2014
Часть IV

ISSN 2072-0297

Молодой учёный

Ежемесячный научный журнал

№ 7 (66) / 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 Виссарион Григорьевич Белинский (1811–1848) — русский мыслитель, писатель, литературный критик, публицист, философ-западник.

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

Акимов А.В.

Проблемы бегства капитала из РФ и пути их преодоления 301

Кабанова Е.А., Атабаева Ш.А.

Сущность и эффективность развития интеграционных процессов 304

Большакова Ю.С., Гуляев А.С., Евченко М.Н.

Особенности и основные преимущества маркетинга в социальных сетях..... 306

Бузанакова А.Р., Паклина С.Н.

Курс на сокращение числа вузов в современной России: шаг к справедливости или к эффективности? 310

Бурко Р.А., Соколкова В.Д.

Выбор и обоснование организационной структуры предприятия..... 313

Бычкова Л.В., Коварда В.В., Русанова Т.М.

Об оценке взаимного влияния экономического развития и окружающей среды 316

Вайсберг Я.А.

Сущность понятий управления государством.. 318

Гарифуллина А.А.

Новый Федеральный закон №44: есть над чем работать 322

Гарифуллина А.А.

Различные подходы к определению понятий «основные средства», их «оценка» и «амортизация»..... 324

Дедусенко М.Л., Прудникова М.О.

Фискальное содержание налога на доходы физических лиц и факторы, влияющие на его поступление..... 327

Джалилзода З.

Рынок труда в аграрном секторе экономики Таджикистана и ее управление..... 332

Дубейко И.В.

Проблемы маятниковой миграции 334

Ермакова Е.Е., Атабаева Ш.А.

Современное состояние и перспективы развития молочной промышленности РФ 338

Житлов А.М.

Объекты управления спортивно-событийным туризмом 340

Камалова Р.Р.

Доступность дистанционных банковских услуг в России и их дальнейшее развитие..... 344

Канищева Т.Д., Голованёва И.И., Филатова Н.И.

Реклама как неотъемлемая часть современной жизни..... 347

Кармазина Ю.А.

Образование как инвестиции в человеческий капитал 349

Кондрашова А.Р.

Достоинства и недостатки методов экономической оценки инвестиций 351

Кузнецова Ю.А.

Спиральная модель социальных инноваций (European Commission, European Union) 354

Куцова Э.Л., Салимов Т.А.

Bewertung von Investitionsklima in der Republik Usbekistan..... 357

Куцова Э.Л., Салимов Т.А.

Bewertung und Wirksamkeit der Kleinunternehmen 360

Ларионова А.В.

Анализ развития регионального сектора банковских услуг в Тюменской области..... 361

Летникова А.Г. Конвергенция инвестиционного климата стран-членов ЕврАзЭС.....	363
Липский Р.В. Внедрение инновационных средств в сельскохозяйственное производство.....	368
Марченко В.Н., Нияскина А.В., Шилова В.Р. Маркетинговые исследования поведения шопоголиков в процессе принятия решения о покупке	371
Мигачев И.Б., Безналичный денежный оборот: формы и принципы организации. Пути совершенствования системы безналичного денежного оборота	374
Митрофанов А.В. Belarusian exports: Gravity model approach.....	382
Нечипоренко Л.В., Васин В.В., Денисова Е.И. Оценка влияния размера среднедушевого дохода населения и количества заключаемых браков на уровень рождаемости в Российской Федерации	385
Нечипоренко Л.В., Лисова Н.А. Оценка влияния численности населения, занятого в сфере экономики, на объем экспорта Российской Федерации	388
Оразбекулы Б., Ким М.В. Ведение бухгалтерского учета и составление финансовой отчетности государственных учреждений в Казахстане.....	391

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

Проблемы бегства капитала из РФ и пути их преодоления

Акимов Андрей Владимирович, студент

Тюменская государственная академия мировой экономики, управления и права

В статье проведён анализ причин и объём бегства капитала из России. Автором рассмотрены основные меры по сокращению бегства капитала используемые в странах мира, а также рекомендации по стабилизации объёмов вывоза капитала из РФ.

Ключевые слова: «бегство капитала», долг внешнего государственного сектора, долг внешнего частного сектора.

При переходе к рыночной системе, российская экономика пережила невиданную по своим масштабам депрессию. Экономическая инфраструктура, унаследованная Россией от советского времени, была в первую очередь проекцией внеэкономических вызовов глобального «противостояния систем». В результате рыночных реформ отрасли производства, ориентированные на это противостояние, оказались в новых условиях абсолютно неконкурентоспособными. А высвободившийся таким образом капитал стал активно вывозиться из страны не только в целях выгодного вложения и получения наибольшей прибыли, но и в поисках возможности сохраниться.

В условиях открытости и экспортоориентированности экономики РФ является актуальной проблемой бегства капитала, масштабы которого, по данным Центрального Банка за I квартал 2014 года, составили 50,6 млрд. долларов США, что в 1,8 раза больше, чем в первом квартале 2013 г. (\$27,5 млрд).

Таким образом появляется задача определить, каков объём капитала, вывоз которого из России можно оставить без ущерба для ее интеграции в глобальную фи-

нансовую систему и обеспечения ее открытости и конкурентоспособности.

Бегство капитала — стихийный, не регулируемый государством вывоз капитала юридическими и физическими лицами за рубеж, в целях более надёжного и выгодного их вложения. Оно может осуществляться следующими основными способами:

- 1) банковскому способу;
- 2) способу вывоза наличной и иной валюты и валютных ценностей, ценных бумаг;
- 3) невозвращению полученной от экономической деятельности, осуществляющейся за пределами России, валюты на территорию Российской Федерации;
- 4) ведению заведомо невыгодной для российского партнера официальной экономической деятельности, с одновременным получением валютной неофициальной выгоды за пределами России и её размещением там;
- 5) способу использования небанковских переводов денежных средств за рубеж.

Выше представленный график, который показывает, что до 2007 г. прирост доли капитала в ВВП составляла 6,76%. Но в 2008 г. из за кризиса начался отток капи-

Таблица 1. Чистый ввоз/вывоз капитала в РФ, 2005–2013 гг. (в млрд. долларов США)

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Банковский сектор	5,9	27,5	45,8	-55,2	-32,2	15,9	-23,9	18,5	-7,6
Прочие сектора	-6,2	16,1	42	-78,3	-25,3	-46,7	-57,4	-73,1	-52,1
Чистый ввоз/вывоз капитала в сумме (в млрд. долларов США)	-0,3	43,7	87,8	-133,6	-57,5	-30,8	-81,4	-54,6	-59,7
Доля ввоза/вывоза капитала в ВВП (%)	0,04	4,41	6,76	8,04	4,70	2,02	4,29	2,70	2,82

Источник: [4]

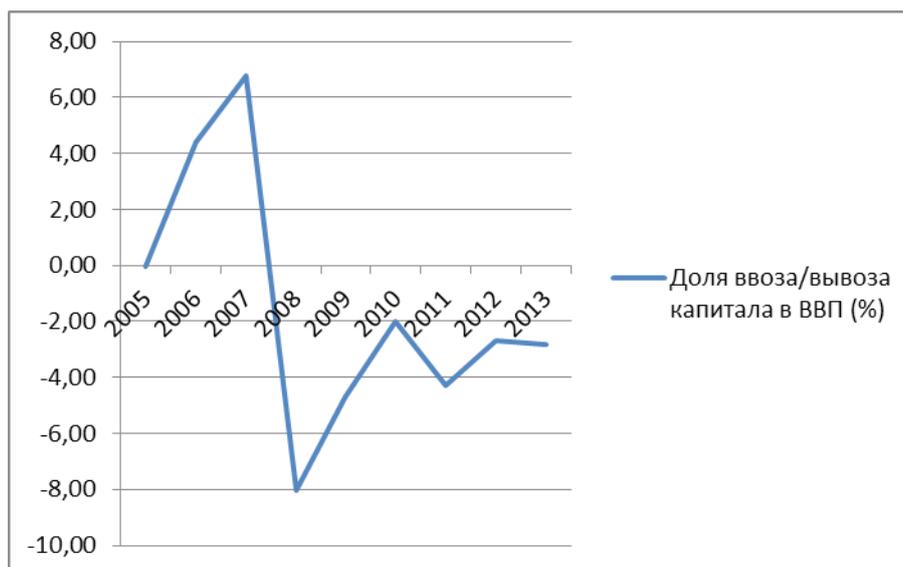


Рис. 1. Динамика чистого ввоза/вывоза капитала в ВВП (%) 2005–2013 г.

тала и его доля составляла 8,04% в ВВП. Однако уже в 2009 году эта доля составляла 4,7%, а в 2010 году 2,02%.

Как следует из графика, с 2005–2007 года в экономику России инвестировали 131,2 млрд. долларов США. Но с 2008 года начался отток средств, тогда он составил 133,6 млрд. долларов США. Затем отток постепенно начал уменьшаться и на 2012 год он составил –54,6 млрд. долларов США.

«Бегство» капитала имеет ряд серьезных отрицательных последствий для экономики России:

1) сокращается предложение валюты и уменьшается в целом денежная масса. Рубли поступают на валютный рынок, конвертируются и вывозятся, или вообще не поступают в страну, если в результате ценовых манипуляций скрывается валютная выручка или совершается нелегальный вывоз экономических активов;

2) сокращается объем предложения валюты, продаваемой на Московской межбанковской валютной бирже, валютное поле резко сужается и курс рубля становится неустойчивым. Сокращаются инвестиционные ресурсы и создается искусственный спрос на зарубежные кредиты;

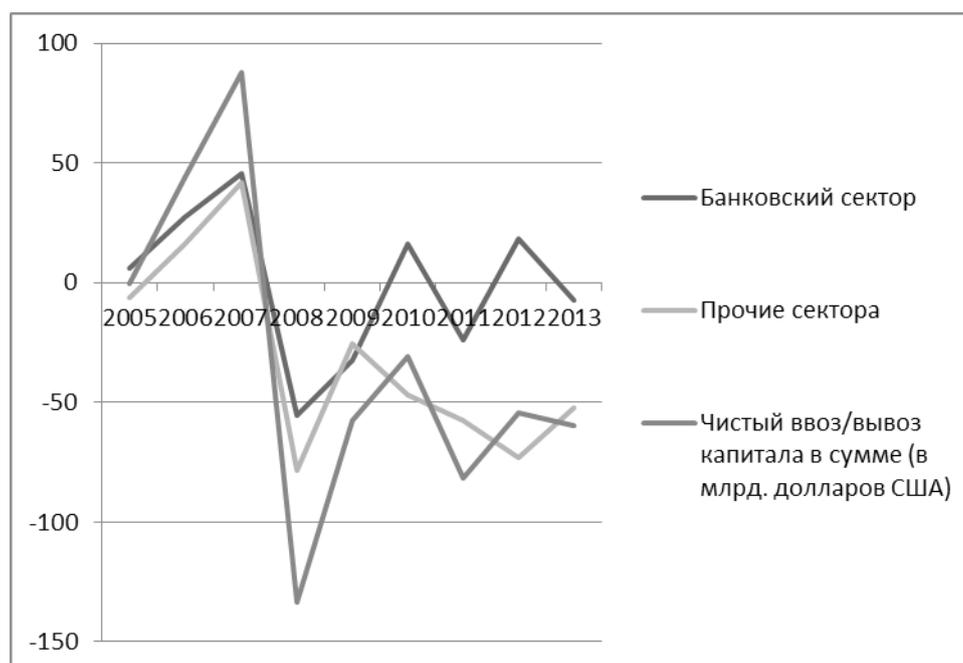


Рис. 2. Чистый ввоз/вывоз капитала в РФ 2005–2013 г.

3) уменьшается налогооблагаемая база. При государственном регулировании вывоза капитала сделки регистрируются, а потому уплачиваются налоги. В страну не инвестируется прибыль, полученная от «сбежавшего» за границу капитала.

По мнению Владимира Колычева, главного экономиста ВТБ Капитал, в 2014 году Россию ожидает дно очередного бизнес-цикла. Согласно прогнозам, рост ВВП едва преодолет 1%, рубль упадет до 35 руб./долл., дефицит бюджета составит полпроцента, а отток капитала достигнет 50 млрд долл.

«Экономический рост продолжает замедляться; при этом инфляция по-прежнему превышает целевой уровень и сохраняются факторы уязвимости. По прогнозам, в 2013 году рост ВВП составит 1,5%, а в 2014 году будет немного выше — до 2%, при условии восстановления инвестиций и благоприятной внешней конъюнктуры», — сообщили в Международном валютном фонде 10 декабря 2013 г. [2].

К основным причинам «бегства капитала» из России можно отнести: неблагоприятный инвестиционный климат России, как для иностранных, так и для россий-

ских предпринимателей; отсутствие, а чаще всего просто невозможность, надлежащего контроля со стороны государства за финансовыми операциями на мировом финансовом рынке; значительный рост объемов деятельности ТНК и МНК, в результате чего не только сложился и вырос вненациональный рынок капиталов, но и получили широкое развитие механизмы сокрытия информации о правах собственности на активы, операции по перемещению капиталов не только внутри ТНК, но и между странами; широкое использование оффшорных зон и других юрисдикций с жесткой защитой банковской тайны, минимальным уровнем регулирования финансовых сделок и банковских операций [1].

На графиках отчетливо видна связь между внешним долгом частного сектора и государственного. Параллельно увеличению внешнего долга частного сектора идет уменьшение внешнего долга государственного сектора. В период с 2008 по 2011 гг. крупные российские компании и банки начали увеличивать свои зарубежные вложения, но так же увеличился вывоз капитала для погашения внешнего долга РФ. Это обострило ситуацию и усугубило проблему рефинансирования долгов РФ.

Таблица 2. Динамика внешнего долга РФ, 2006–2013 гг.

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Внешний долг частного сектора в РФ (в млн. долларов США)	106420	176097	280235	317107	285934	289148	329842	364803	434849
Внешний долг государственного сектора (в млн. долларов США)	71104	44720	37381	29478	31309	34525	34719	54426	61761

Источник: [3]

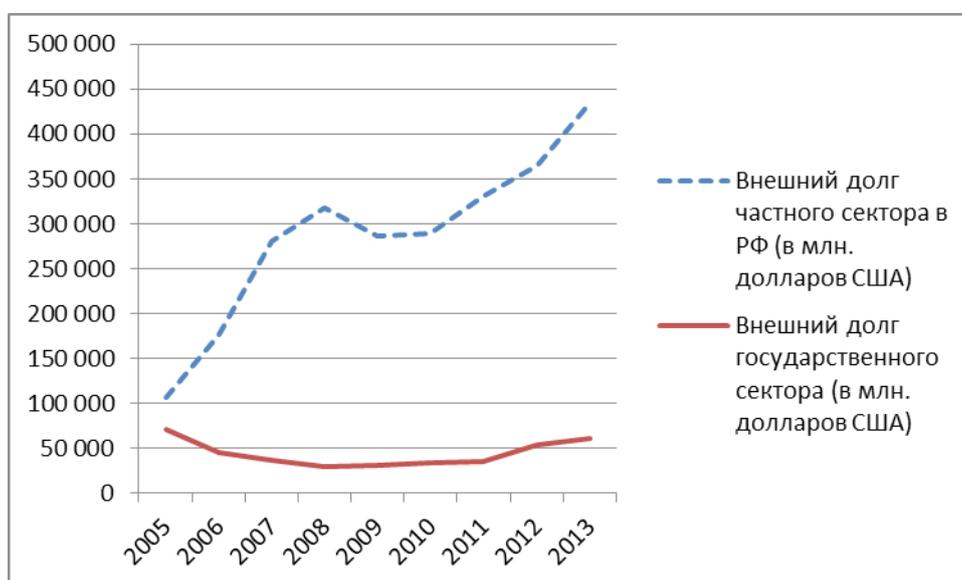


Рис. 3. Внешний долг частного и государственного сектора в РФ

Для ограничения «бегства капитала» необходимо, в первую очередь, совершенствовать валютное и финансовое законодательство. С этой целью необходимо ввести жесткий финансовый контроль над валютными операциями, более строго контролировать требование об обязательном резервировании средств, особенно если речь идет о средствах, которые используются нерезидентами на организованном рынке ценных бумаг, ужесточить порядок корреспондентских отношений российских банков с банками-нерезидентами, зарегистрированными в оффшорах. Кроме того, необходимо пересмотреть общую экономическую стратегию таким образом, чтобы она в полной мере обеспечивала создание привлекательного инвестиционного климата не только для иностранных, но и для российских компаний. Решению этой задачи могли бы способство-

вать следующие меры: ограничения на некоторые формы вывоза капитала; более точный учет объема российского капитала в других странах; стимулирование российских прямых инвестиций за рубежом, направленных на улучшение платежного баланса страны (упрощенная форма выдачи лицензий, налоговые льготы, страхование российских прямых инвестиций за границей и др.); усиление прозрачности российских предприятий для инвесторов на условиях международных стандартов бухгалтерского учета и отчетности; совершенствование налоговой системы РФ с целью введения налоговых льгот для международных компаний, инвестирующих в Россию; смещение акцентов на качество привлекаемых в Россию инвестиций; создание специализированных государственных агентств, ответственных за взаимодействие с иностранными инвесторами.

Литература:

1. Бернштам, Б.Е. «Бегство капитала» в условиях глобализации // Горизонты экономики, 2013, №5 (10). с. 41–46.
2. Белоусов сообщил об оттоке капитала из РФ в 60 млрд долларов. [URL: <http://rbcdaily.ru/economy/562949989984742>].
3. Внешний долг Российской Федерации. [URL: http://www.cbr.ru/statistics/print.aspx?file=credit_statistics/debt_an.htm&pid=svs&sid=ITM_55415].
4. Чистый ввоз/вывоз капитала частным сектором в 2005–2012 годах. [URL: http://www.cbr.ru/statistics/print.aspx?file=credit_statistics/capital_new.htm&pid=svs&sid=itm_18710].

Сущность и эффективность развития интеграционных процессов

Кабанова Елена Александровна, студент;
Атабаева Шахло Анваровна, доцент
Московский государственный университет пищевых производств

Ключевые слова: интеграционные процессы, развитие, экономическая эффективность, показатели.

В настоящее время возникает необходимость в пере-
строении, укрупнении бизнеса в связи с необходи-
мостью повышения эффективности хозяйственной, про-
изводственной и прочей деятельности предприятий, и,
как следствие, построении особых интегрированных
структур, определении интеграционных связей между
ними. Обеспечить более устойчивую и эффективную ра-
боту предприятий в динамике поможет системный подход
к разработке целостной системы построения интеграци-
онных связей на предприятиях в увязке с основными ин-
струментами повышения конкурентоспособности.

Под интеграцией понимаем объединение экономиче-
ских субъектов, углубление их взаимодействия, развитие
связей между ними, расширение производственно-техно-
логических связей, совместное использование ресурсов,
объединение капиталов, создание друг другу благопри-
ятных условий осуществления экономической деятель-
ности, снятие взаимных барьеров [5].

История современных корпоративных образований
уходит к XV–XVI векам и связана, в первую очередь,
с первоначальным накоплением капитала. За истекший
период менялись методы, формы, инструментарий их со-
здания, но сущность и цель оставались неизменными: ин-
теграция для максимизации дохода [1].

Организационные формы объединения компаний, зна-
чительно различающиеся по степени интеграции их участ-
ников, развиваются исторически от концернов и семейных
групп в начале века до стратегических альянсов в конце XX
столетия. Вновь возникающие организационные формы
не вытесняют предшествующие типы интеграции ком-
паний, а дополняют их. Происходит расширение многооб-
разия форм. Характер взаимосвязей между компаниями
становится все более сложным и весьма тонким, учитывая
возможность кооперации интегрированных структур.

В современной практике существуют многочисленные
организационные формы развития и объединения кор-

поративных образований, различающихся в зависимости от целей объединения, характером отношений между участниками, характером хозяйственной деятельности и финансовой основой формирования и функционирования.

Поиск эффективных организационных форм объединений компаний продолжается на протяжении последнего столетия. В мировой практике сложились разнообразные типы интеграции фирм. Это стратегические альянсы, консорциумы, картели, синдикаты, пулы, ассоциации, конгломераты, тресты, концерны, промышленные холдинги, финансово-промышленные группы и т.п. [3]. Стремление найти баланс между преимуществами централизации и децентрализации управления и ответственности при объединении компаний приводит к выбору таких организационных форм интеграции, которые занимают как бы промежуточное место между полностью централизованной корпоративной структурой и сотрудничеством в чисто рыночной среде [2].

Теперь рассмотрим преимущество интеграции, он:

— как процесс способствует повышению эффективности производственной деятельности от концентрации производственных мощностей за счет снижения издержек на производство, что дает возможность более гибкого ценообразования и конкурентные преимущества для предприятий в целом. Особенно важны интеграционные процессы в отраслях, которые во многом определяют производственный потенциал страны: машиностроение, нефтяная и газовая промышленность, металлургия;

— в итоге проявляется в появлении синергетического эффекта, обусловленного системными свойствами новой организации.

В настоящее время нет единого подхода к проблеме измерения эффективности интеграционных процессов. Сложность заключается в том, что управление интегрированной структурой связано и с управлением производственной деятельностью, и с конечными результатами производственного процесса, и с социально-экономическим развитием предприятия, и с эффективностью взаимодействия внутри интегрированной группы и т.д. [2]. Одни определяют эффективность размером прибыли, тогда как другие измеряют ее в таких понятиях, как конкурентоспособность, престиж в деловом мире, степень развития производства. Таким образом, выбор подходящего критерия эффективности зависит от конкретных условий функционирования интегрированной группы, поставленных целей, причин осуществляемых изменений.

Когда же речь заходит об исследовании динамики эффективности промышленного объединения или, другими словами, формирования сети, то процесс усложняется в несколько раз. В данном случае необходимо выявить эффекты деятельности не одного предприятия, а нескольких. При этом сама природа воз-

никновения эффектов для предприятий, выполняющих различные функции в сети, может быть различна. Так, одно предприятие может получать эффект в результате поступления дополнительных ресурсов (инвестиций), а другое — в результате уменьшения оттока собственных ресурсов (экономии издержек), третье же получит выгоду от вхождения в крупную структуру, что станет его конкурентным преимуществом на рынке и поможет противостоять негативным воздействиям внешней среды [6].

Интеграция должна быть результативной и приводить к новому уровню развития организации. Для того, чтобы понять насколько эффективны интеграционные процессы нам необходимо определиться с выбором показателей эффективности. В системе показателей эффективности (количественные оценки) американские специалисты выделяют три блока:

- результативность;
- экономичность;
- рентабельность.

Данный спектр показателей можно расширить следующим образом:

1. Результативность (целевая эффективность).
2. Экономичность (экономическая эффективность).
3. Рентабельность (финансовая эффективность).
4. Экологичность (потери для экологии и обеспечение экологической безопасности).
5. Социальная эффективность (потери и приобретения для общества на конкретном социальном уровне).
6. Организационно-управленческая эффективность.
7. Коммерческая эффективность.
8. Инвестиционная эффективность.
9. Технологическая эффективность (надежность, безопасность, КПД).
10. Научно-техническая эффективность (степень инновационности).
11. Синергетическая эффективность (в первом приближении максимально возможный результат, который может быть получен в системе «организация — внешняя среда»).

Итак, интеграционные процессы в российской экономике способствуют росту ее совокупного потенциала: научно-технического, технологического, производственного, инвестиционного, кадрового. Сокращается число убыточных предприятий, растет производительность труда, улучшается структура и конкурентоспособность производств, все больше соответствуя требованиям рынка [4]. А эффективность использования потенциала возрастает за счет многих факторов, основными из которых являются: концентрация финансовых и материальных ресурсов на наиболее критических или выгодных направлениях; увеличение их объема и, соответственно, масштаба инвестиционных проектов; повышение мобильности использования; снижение рисков и др.

Литература:

1. Александрова, А.В. Формирование стратегически ориентированной системы управления интегрированными корпоративными структурами (на примере машиностроительного комплекса) // Проблемы современной экономики. — 2011. — №2.
2. Дементьев, В. Корпоративные планы как инструмент корпоративного управления в компаниях с государственным участием // Проблемы теории и практики управления. 2007. — №8.
3. Дынкин, А.А., Соколов А.А. Интегрированные бизнес-группы: прорыв в модернизации страны. — М., 2002.
4. Касатов, А.Д. Проблемы развития интегрированных корпоративных структур в российской экономике // Экономическая теория. — 2010. — №6. — с. 33–39.
5. Клепиков, Ю.Н. Проблемы теории и практики организации и функционирования интегрированных корпоративных структур // Российское предпринимательство. — 2002. — №12 (36). — с. 69–75.
6. Кондратьев, В., Куренков Ю. Корпоративное управление инвестиционным процессом // Проблемы теории и практики управления. — 2001. — №2. — с. 65.

Особенности и основные преимущества маркетинга в социальных сетях

Большакова Юлия Сергеевна, магистрант;
Гуляев Александр Сергеевич, студент;
Евченко Мария Николаевна, студент
Оренбургский государственный университет

Ключевые слова: социальные сети, маркетинг в социальных медиа, маркетинг, интернет-магазин.

В настоящее время происходит стремительная социализация сети Интернет. Появляются новые социальные сети, расширяется круг пользователей уже существующих. На данный момент мировая суммарная аудитория социальных сетей превышает миллиард пользователей. На рисунке 1 можно увидеть количество активных пользователей наиболее популярных социальных сетей.

Исходя из данных на рисунке видно, что «Facebook» является самой популярной социальной сетью мира, но нельзя не отметить популярность «Вконтакте». По количеству активных пользователей она превышает такие мировые сервисы, как «Google +» и «Instagram». Можно сказать, что это наиболее популярная социальная сеть Восточной Европы.

Пользователи социальных сетей проявляют большую активность, в наиболее популярных проектах среднестатистический пользователь просматривает более 100 страниц в день. Многие психологи всерьез говорят о такой болезни как «facebook addicted», в переводе эта болезнь звучит как «контактозависимость». В России данный термин можно применить в наибольшей мере к социальной сети «Вконтакте». Действительно, многие молодые люди, которые всю свою сознательную жизнь провели в социальных сетях, сейчас с трудом представляют свою жизнь без них. В современном мире можно встретить такие эксперименты над собой, как «жизнь без Интернета в течение года», хотя 7–10 лет назад, это сложно было бы назвать экспериментом, так как эти действия

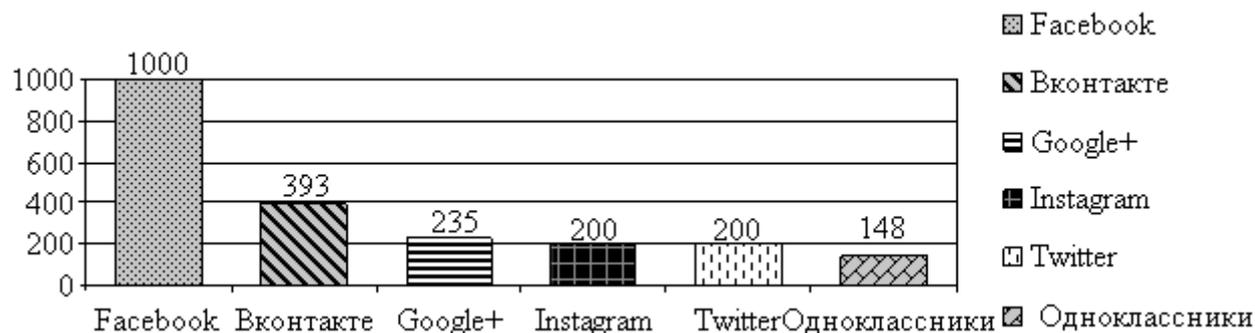


Рис. 1. Количество активных пользователей в социальных сетях в мире, млн. чел.

не представляли никакой сложности. Но эксперимент показал, что человеку, страдающему так называемой «контактозависимостью», приходится очень тяжело, данные ограничения могут вызвать у них глубокую депрессию, являясь ещё одним доказательством того, что данная болезнь действительно существует и в наше время очень широко распространена.

Многие маркетологи, осознавая тот факт, что Интернет для молодёжи становится важнейшим средством общения, используют его в рекламных целях. Пользователи социальных сетей привыкают к рекламе, она уже не выступает для них в качестве раздражителя, а является частью жизни «обывателей» социальных сетей. Данный факт привел к появлению такого понятия как «Social Media Marketing» (далее СММ) или «маркетинг в социальных медиа». Основной платформой для СММ являются социальные сети, именно на них будет акцентироваться внимание в данной статье. СММ в настоящее время тяжело отнести к маркетингу, как к науке, но вместе с тем он выполняет многие его функции. В СММ используются маркетинговые коммуникации и маркетинговые исследования, с его помощью становится легче определить целевую аудиторию, и обеспечить обратную связь с ней. Проанализировав всё вышесказанное, можно отметить, что СММ становится очень актуальным средством взаимодействия, ведь нынешнее поколение можно назвать «поколением социальных сетей».

Первые рекламные кампании в социальных сетях стали проводиться с появлением таких сетей как «MySpace», «Del.icio.us» и «Digg». Изначально это было простое размещение афиш и рекламных баннеров, но вскоре маркетологи заметили, что в социальных сетях люди не только воспринимают рекламную информацию, но и создают что-то своё, объединяются в сообщества по интересам. Это расширило их взгляды на возможности применения маркетинга в социальных сетях, так впервые появился СММ [1, с. 54–55].

СММ — комплекс мероприятий по продвижению товаров или услуг в социальных сетях [2, с. 31]. Несмотря на то, что СММ уже более десяти лет, сейчас данная тема недостаточно представлена в работах отечественных авторов.

В таблице представлен сравнительный анализ основных преимуществ применения СММ перед традиционными рекламными средствами.

Сравнение проводилось по следующим характеристикам: возможность передачи информации посредством вирусного маркетинга, таргетирование аудитории, качество интерактивного взаимодействия, таблица составлена на основе материалов [2, с. 49], [3, с. 36–40].

Исходя из таблицы 1, можно отметить, что СММ имеет ряд схожих функций с традиционными рекламными средствами, но в то же время он позволяет заказчику сократить расходы, время и усилия на продвижение своего товара. Социальные сети создают все условия для существования вирусного маркетинга. Его использование позволяет

компаниям значительно сократить расходы на рекламу, но в то же время использование вирусного маркетинга подразумевает создание креативной информации или рекламы, которую бы пользователи распространяли самостоятельно. Это потребует дополнительных усилий, но и принесёт большую выгоду для компании. Таргетирование в социальных сетях на данный момент не имеет конкурентов среди других маркетинговых и рекламных инструментов, так как получение данных о целевой аудитории, а также фокусировка на ней не требуют каких-либо усилий. В интерактивном взаимодействии СММ также не имеет конкурентов по своей простоте, так как создание анкет и проведение опросов не требует дополнительных затрат, а их распространение в онлайн среде увеличивает вероятность большего числа респондентов, по сравнению с традиционными рекламными и маркетинговыми инструментами.

Многие считают, что социальные сети никак не способствуют продажам, но это не верно. Действительно, пользователи заходят в социальные сети не для совершения покупок, но всем свойственна восприимчивость к интересной на данный момент информации. Размещая интересный для пользователей контент, компании побуждают их вступить в свои сообщества, и находиться в постоянной связи с компанией.

Любой бизнес может адаптировать СММ-кампанию под свою специфику. Для крупных компаний характерна работа сразу на нескольких площадках, они используют социальные сети для улучшения имиджа компании, осведомленности клиентов, повышения лояльности. Средний и малый бизнес используют в социальных сетях инструменты по повышению продаж, информируют клиентов о распродажах и акциях, а также побуждают их совершать повторные покупки.

Нужно отметить, что социальные сети облегчили жизнь и покупателям, так как они теперь могут без проблем оценить интересующие их товары и услуги, прочитав отзывы и напрямую связаться с представителями компании.

Рассмотрим процесс создания и продвижения сообщества «ВКонтакте» на примере интернет-магазина для детей до 7 лет со средним уровнем цен на реализуемую продукцию. В этом случае сообщество создаётся для стимулирования сбыта товаров магазина. Требуемые действия по созданию и продвижению рассмотрим в таблице 2.

Конечно, все действия, представленные в таблице могут видоизменяться и варьироваться, но именно для этого примера все они уместны и целесообразны.

Интересно, что СММ открыл совершенно новый вид заработка для владельцев крупных сообществ — это реклама в их сообществах. «ВКонтакте» открыл для них биржу рекламы в сообществах. На данный момент нет определенной средней цены за пост, так как данный вид заработка появился сравнительно недавно.

СММ входит в нашу жизнь стремительно, поэтому сейчас ни одна крупная компания не может обойтись

Таблица 1. Сравнительный анализ основных преимуществ применения СММ перед традиционными рекламными средствами

Параметр сравнения	СММ	Традиционные рекламные средства
1) Вирусный маркетинг («сарафанное радио»)		
Средства осуществления коммуникаций	— Межпрофильное распространение (информирование личным сообщением); — социальное распространение (размещение на своей странице)	Личное распространение информации, относящейся к компании
Описание	В социальных сетях пользователи часто делятся друг с другом понравившейся им информацией. Ориентируясь на это компании специально создают рекламу, либо размещают информацию, которая заведомо должна понравиться пользователям, для того, чтобы они самостоятельно распространяли её среди своих знакомых. Примером может служить реклама «Volvo» с Жан-Клод Ван Даммом, размещённая на портале Youtube.com, при помощи широкого распространения в социальных сетях набрала более 35 миллионов просмотров за одну неделю. Пародии на эту рекламу также стали весьма популярны в социальных сетях, что способствовало дальнейшему распространению данной рекламы и привлекло к ней большое внимание и интерес	Потребитель, которому понравился товар, либо, узнавший о компании какую-либо интересную информацию, делится ей со своими знакомыми
2) Таргетинг аудитории (фокусировка рекламной кампании на определенный сегмент целевой аудитории)		
Средства осуществления коммуникаций	Специальные механизмы для таргетированной рекламы	Выбор различных рекламных площадок в зависимости от времени, геолокации, интересов и т. д.
Описание	При регистрации в социальной сети пользователь сам пишет свой возраст, место жительства, семейное положение, интересы, социальный статус и много другой информации, что позволяет фокусировать кампанию настолько глубоко, насколько это может потребоваться. Заказчику остается только выбрать нужный возраст, социальный статус и остальную информацию о целевой аудитории, это упростит размещение рекламы и «донесет» её именно до нужных людей	В большинстве случаев заказчик может получить только усредненные характеристики о целевом сегменте рекламной площадки. Эти характеристики часто имеют погрешности и неточности
3) Интерактивное взаимодействие		
Средства осуществления коммуникаций	Опросы, комментарии, лайки, репосты, ссылки на Интернет-ресурсы	Опросы, анкетирование, отзывы в сети Интернет и в книгах жалоб и предложений, а также анализ спроса на предлагаемые товары и услуги
Описание	Пользователи участвуют в опросах, оставляют в комментариях и в сообщениях отзывы о товарах, услугах или самой компании, выражают свое мнения на своих страничках и т. д. Мнения респондентов можно отслеживать по определенной тематике.	В большинстве случаев заказчик может оценить удовлетворенность потребителя своей продукцией только анализируя спрос. Для более подробной информации требуются дополнительные исследования

Таблица 2. Пример создания и продвижения сообщества интернет-магазина «Вконтакте»

Действие	Описание
1	2
1) Определение целевой аудитории для таргетированной рекламы	В этом случае используем мультитаргетинг, то есть определим несколько целевых аудиторий (женщины в возрасте 20–26 лет; женщины, указавшие в интересах «дети», «семья»; женщины, которые состоят в сообществах, посвященных семье, детям, материнству, а также женщины в возрасте 45–57 лет, то есть бабушки)
2) Определение типа сообщества	В данном случае лучше подойдет формат группы, так как нам потребуется размещать информативный контент, а формат группы позволяет задействовать Wiki-разметку (разметка информативного поста, аналогичная разметке на страницах сайта Wikipedia)
3) Определение позиционирования сообщества	Поскольку тема, интересная нашей целевой аудитории — это дети, то можно назвать группу «Клуб молодых мам», «Модные дети»
4) Брендинг сообщества	Создание альбомов по видам продукции, а также несколько альбомов, в которые пользователи смогут добавить фотографии своих детей и их гардероба; в разделе новости следует поместить каталог моделей, которые имеются в наличии; в разделе обсуждения создание обсуждения для отзывов, вопросов, предложений, а также других интересующих молодых мам тем
5) Продвижение сообщества	Используем таргетированную рекламу по сегментам, определенным ранее, корректируем сегменты и рекламу, исходя из их статистики; размещаем анонсы в популярных сообществах молодых родителей (анонсы конкурсов, фото- и видеоматериалы); проводим конкурсы, так как молодые мамы — одни из самых активных онлайн-пользователей, то хорошо сработают конкурсы детских фото и прочее
6) Наполнение сообщества контентом	Анонсы моделей, пользовательский контент (репосты фотографий детей в одежде интернет-магазина, благодарных отзывов), рекомендации по детскому стилю, по уходу за детьми, а также посты, посвященные здоровью, питанию детей и просто интересной информации, стоит отметить, что не менее 30% контента должно быть нацелено на продажу
7) Определение системы метрики	Количество пользователей в сообществе, трафик на сайт, количество целевых действий, совершенных пользователями

без собственной страницы в социальных сетях. Причина высокой популярности социальных сетей в том, что это приносит выгоду не только продавцу, но и потребителю. Во всех крупных мировых компаниях должность СММ-специалиста существует уже давно, причем весьма успешно, но в России, к сожалению, большинство компаний не уде-

ляет этому достаточного внимания. СММ молод, перспективен и развивается огромными темпами, именно поэтому его изучению следует уделить особое внимание. Так как именно от нынешнего поколения зависит, каким будет в будущем не только СММ, но и бизнес в целом, ведь создавать его будет «поколение социальных сетей».

Литература:

1. Румянцев, Д. Я. Продвижение бизнеса в «Вконтакте». Быстро и с минимальными затратами/Д. Я. Румянцев. — СПб.: Питер, 2014. — 256 с. — ISBN 978–5–496–00839–6.
2. Андросов, Н. С. Интернет-маркетинг за 55 минут/Н. С. Андросов // Серия книг «Спроси Ingate», 2012. — 51 с.
3. Халилов, Д. М. Маркетинг в социальных сетях/Д. М. Халилов // Манн: Иванов и Фербер; Москва, 2013. — 376 с. — ISBN 978–5–91657–759–4.

Курс на сокращение числа вузов в современной России: шаг к справедливости или к эффективности?

Бузанакова Алина Рамилевна, студент;

Паклина София Николаевна, студент

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (г. Пермь)

В настоящее время в нашей стране активно осуществляется реформа в сфере образования, направленная на сокращение числа высших учебных заведений. Цель данной реформы состоит в выявлении «неэффективных» вузов и в дальнейшей их реорганизации. Первыми результатами стало признание 132 вузов неэффективными в 2013 году [3]. Данная программа вызвала неоднозначный отклик со стороны населения. Остается открытым вопрос: насколько эффективны данные меры, и справедливы ли они по отношению к обществу, на которое они оказывают в первую очередь.

Изначально сторонники данной реформы объясняют ее необходимость демографическими причинами. Из-за низкого уровня рождаемости в 1990-х количество студентов к 2013 году сократилось более чем в 1,5 раза [5]. Таким образом, спрос на абитуриентов значительно превысил предложение, что привело к низким показателям проходного балла, следовательно, к более низкому качеству образования.

Отсюда вытекает второй аргумент — это низкий уровень образования. Как заметил Фурсенко А. А., большинство российских вузов не соответствует современным стандартам образования. В 2012 году Московский государственный университет «вылетел» из рейтинга ста лучших университетов мира World Reputation Rankings 2012, где ранее занимал 33 строчку [4]. На данный момент, по словам ректора ВШЭ Кузьминова Я. И., 70% выпускников не владеют базовыми квалификациями. В первую очередь это касается ключевых для рыночной экономики областей — экономики, менеджмента и бизнес-информатики [7]. Сокращение числа вузов приведет к увеличению конкуренции среди абитуриентов, что, в свою очередь, приведет к повышению общего уровня образования в стране. Кроме того, сокращение числа студентов приведет к сокращению числа преподавателей. К 2018 году чиновники планируют сократить число вузовских преподавателей на 140 тысяч человек, т. е. на 44%, что также приведет к увеличению конкуренции среди преподавателей, что однозначно повысит уровень преподавания, а значит и уровень образования в целом [14].

Сторонники реформы образования также ссылаются на тот факт, что содержание огромного числа вузов требует не малых финансовых вложений. К примеру, на содержание одного студента из федерального бюджета выделяется по разным оценкам от 60 до 130 тыс. руб. в год в зависимости от направления обучения [9]. Закрытие неэффективных вузов приведет к значительному высвобо-

ждению ресурсов, которые далее можно отправить на достойное содержание оставшихся вузов.

Кроме того, не раз звучала идея о том, что России не нужно слишком много людей с высшим образованием. По словам основателя группы «Онэксим» Михаила Прохорова, необходимо срочно менять пропорции подготовки специалистов с высшим и средним образованием в пользу последнего. На данный момент ситуация обстоит следующим образом: на 70 человек с высшим образованием приходится только 30 со средним, а потребность рынка — 20 на 80. Как выразился полномочный представитель президента РФ в Уральском федеральном округе Игорь Холманских: «Высшее образование — благо, но нам нужны люди рабочих специальностей» [2]. Кроме того, что спрос на высшее образование сильно преувеличен, существует также проблема несоответствия востребованных направлений подготовки среди студентов потребностям рынка труда. Проще говоря, часть дипломированных специалистов не смогут реализовать себя в выбранной сфере, потому что попросту не смогут найти работу. Для наглядности ниже приведена статистика самых востребованных и невостребованных специальностей среди абитуриентов в нашей стране.

Очевидно, что уменьшение числа вузов имеет не только положительные стороны. Ряд известных и уважаемых людей высказываются против подобной политики. Например, академик Российской Академии Образования Борис Бим-Бад. Он утверждает, что «эти сокращения — грубое вмешательство в естественный процесс развития образования, очень болезненный, поэтому вредный» [10]. Рассуждения академика строятся отчасти на идее *laissez-faire*, т. е. невмешательства государства. Известно, что рынок приходит в равновесное состояние в случае, если спрос на товар/услугу равен предложению. Поэтому со временем рыночный механизм сам «решит», какое количество институтов и университетов действительно необходимо стране. И кроме того, рынок покажет действительно эффективные и неэффективные вузы: «Нормальный, честный рынок труда сам определит, какой вуз подготовил человека лучше, а какой хуже», — говорит Бим-Бад [10].

Наряду с рассуждениями об эффективности и экономических последствиях сокращения числа высших учебных заведений возникают не менее важные вопросы, касающиеся справедливости данной меры. Больше этическое, нежели экономическое, понятие «справедливость» сложно описать строго математически. Однако существует несколько подходов к определению справедливости:

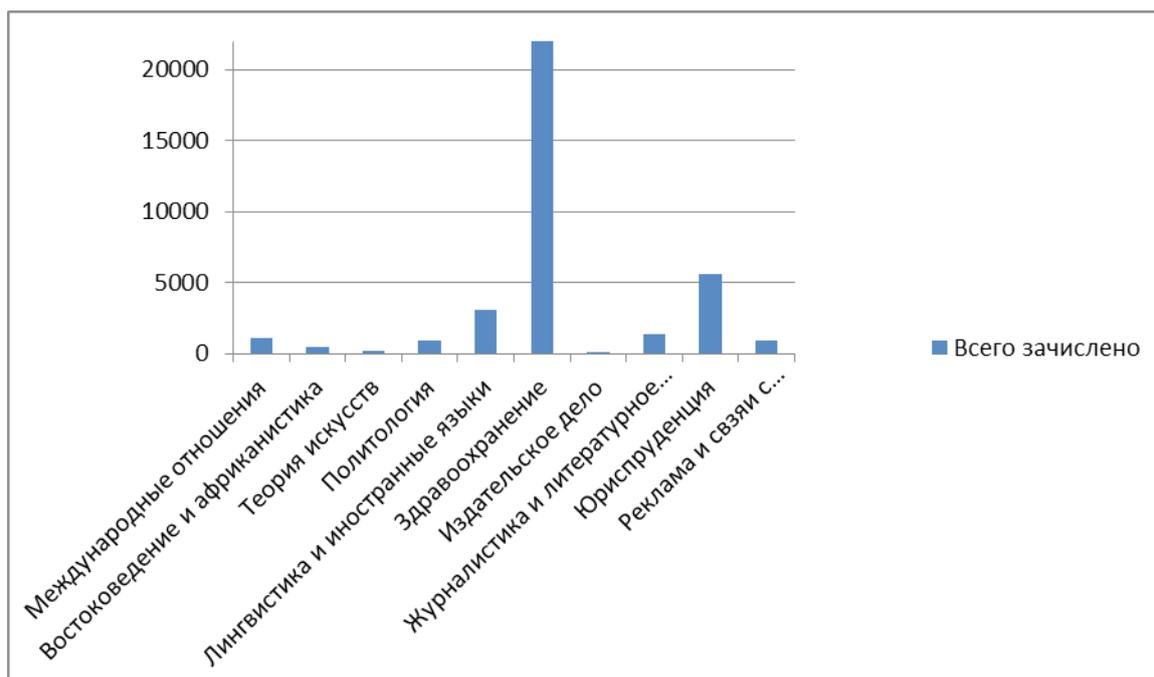


Рис. 1. Топ-10 востребованных направлений среди абитуриентов

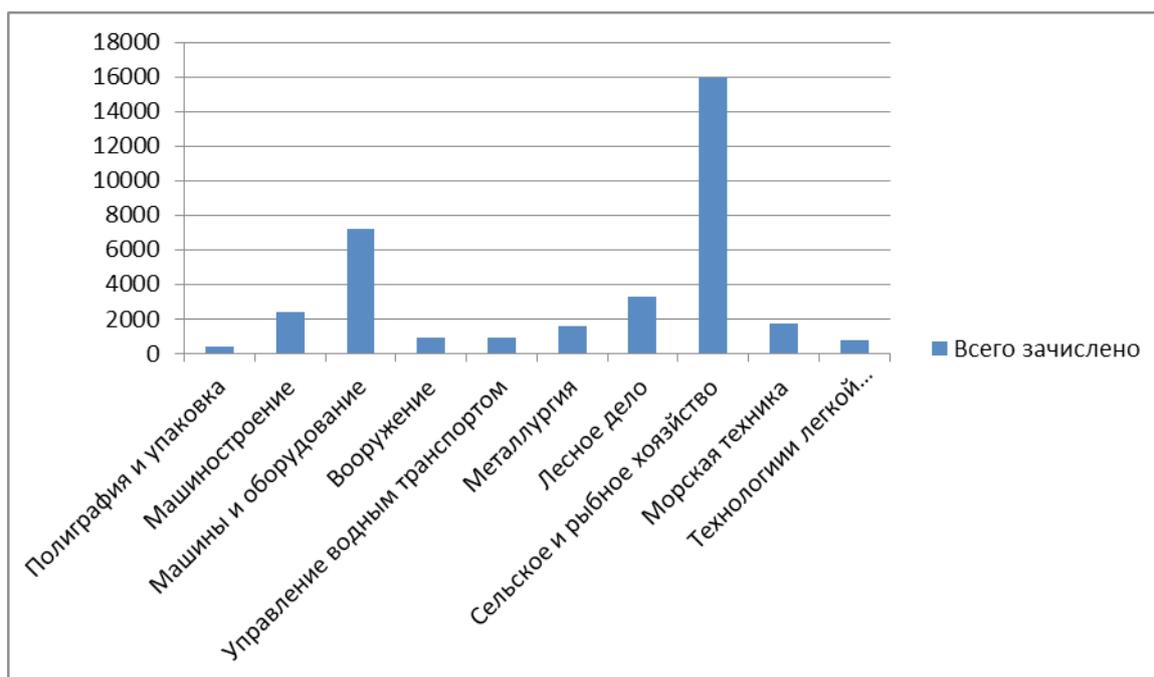


Рис. 2. Топ-10 невостребованных направлений среди абитуриентов

1) Утилитаристский подход
 Данный подход предполагает представление благосостояния общества как сумму благосостояний всех членов общества. Таким образом, справедливым признается то распределение ресурсов, которое максимизирует эту сумму.

2) Критерий Роулза
 Американский философ Дж. Роулз утверждает, что общество должно принимать решения исходя из интересов его наименее обеспеченных слоев.

3) Эгалитарный подход
 Название, означающее в переводе с французского языка «равенство», говорит само за себя: справедливое распределение предполагает равное количество ресурсов среди индивидов (50 лекций по микроэкономике).

В случае с сокращением вузов предоставляется наиболее объективным рассмотреть справедливость подобной политики с позиции первого подхода. Ниже будут рассмотрены возможные социальные последствия с точки зрения наиболее заинтересованных в данной сфере участ-

ников общества: абитуриентов, их родителей и преподавателей.

Как же отразится закрытие или слияние высших учебных заведений на потенциальных студентах? Во-первых, большинство молодых людей не смогут реализовать свои желания относительно получения высшего образования, что вероятнее всего негативно отразится на их личностном росте. Согласно всероссийскому центру изучения общественного мнения (ВЦИОМ) к началу 2012 года **82%** выпускников школ высказали желание поступить в вуз [2]. А во-вторых, всеобщее известно, что высшее образование рассматривается как достаточно доступный и эффективный социальный лифт. Тогда снижение числа институтов и университетов будет означать уменьшение возможностей выходцев из низших слоев общества к росту и смене социального статуса. Данный эффект приведет к усилению дифференциации в обществе и сделает его менее социально мобильным.

Что же касается родителей, выше упомянутый опрос показал, что в тот же период времени **79%** респондентов хотели бы иметь возможность для своих детей получить диплом. Более того, одно из последствий, к которому может привести снижение числа вузов — это падение рождаемости. По мнению первого проректора Международной академии бизнеса и управления Екатерины Добреньковой родители, видя, что возможности для получения высшего образования сокращаются, не будут иметь веры в достойное будущее их детей. «Если нет возможности «выучить» собственных детей, то зачем их рожать?» — задается вопросом Е. Добренькова [11].

По подсчетам Министерства образования и науки сокращение количества студентов с 7,5 млн в 2010 году до 4,5 млн в 2013 будет означать, что 100000 преподавателей останутся без работы. Причем, по данным того же министерства на 2013 год профессорско-преподавательский состав вузов составляет более 271 тыс. человек [2]. Причина подобного сокращения — демо-

графический спад в 1990-ые годы. Согласно прогнозу, опубликованному Министерством экономического образования, количество студентов к 2015 году сократится еще практически на миллион вследствие все того же демографического провала и результатов программы по оптимизации сети вузов [6]. Если государство решится на еще большее сокращение числа учебных заведений, все больше преподавателей станут невостребованными специалистами и будут вынуждены искать иные источники заработка.

В целом, рассмотрев ключевых агентов в данной сфере и их положение после внедрения политики, можно сделать вывод, что сокращение числа высших учебных учреждений с трудом можно назвать справедливой мерой.

Следует отметить, что программа уже принесла первые плоды. Как отметил ректор рязанского государственного университета имени Есенина, РГУ удалось достичь следующих результатов: рост среднего балла ЕГЭ до 64 баллов, также выросли общие доходы вуза и затраты государственного университета на науку [8].

По результатам социологических опросов, проведенных в 2012 году, большая часть населения (32%) считает, что сегодня в России людей с высшим образованием больше, чем нужно. В качестве основных доводов, люди назвали следующие: не хватает рабочих специальностей, со средним специальным образованием; людям с высшим образованием трудно устроиться на работу; качество высшего образования низкое, вузы выпускают плохих специалистов [12]. Также на вопрос: «Надо ли сокращать число государственных вузов, оставив только те, где образование качественное?» 56% людей с высшим образованием ответили положительно [13].

Исходя из выше упомянутых рассуждений, можно сказать, что политика, направленная на сокращение числа вузов эффективна, но не справедлива. Однако еще рано делать окончательные выводы, насколько действенна оказалась данная программа, покажет время.

Литература:

1. Гальперин, В. В., «Лекция 43. Эффективность и справедливость», 50 лекций по микроэкономике, стр. 671–704.
2. Малыхин, М. (2012), «План по сокращению числа вузов будет готов к маю 2013 г.», Ведомости.
3. Forbes (13.12.2013), «Минобрнауки признало неэффективными 132 российских вуза», электронный доступ: <http://www.forbes.ru/news/248688-livanov-priznal-neeftivnymi-132-rossiiskikh-vuza> (дата обращения 05.04.2014).
4. The world reputation rankings (2012), «World reputation rankings 2012», электронный доступ: <http://www.timeshighereducation.co.uk/world-university-rankings/2012/reputation-ranking> (дата обращения 05.04.2014).
5. Мой район онлайн (11.07.2012), «Путин распорядился приступить к сокращению вузов», электронный доступ: <http://www.mr7.ru/articles/56739/> (дата обращения 04.04.2014).
6. РИА Новости (12.09.2013), «Число студентов в России к 2015 году сократится почти на миллион», электронный доступ: http://ria.ru/edu_news/20120912/748712003.html (дата обращения 05.04.2014).
7. РИА Новости (13.12.2013), «Ректор ВШЭ: «фокус псевдообразования» в РФ находится в сфере экономики», электронный доступ: <http://ria.ru/society/20131213/983887623.html> (дата обращения 05.04.2014).
8. РИА Новости (20.01.2014), «Неэффективные вузы в ЦФО: оптимизация уже в действии», электронный доступ: <http://ria.ru/society/20140120/990149452.html> (дата обращения 06.04.2014).

9. «Сколько стоит обучение студента бюджетника для государства?», электронный доступ: <http://lenser.spb.ru/news/250-skolko-stoit-obuchenie-studenta-byudzhethnika-dlya-gosudarstva.html> (дата обращения 06.04.2014).
10. Финам (2012), «Сокращение числа вузов улучшит качество образования в России?», электронный доступ: <http://finam.info/discussion/sokrashenie-chisla-vuzov-uluchshit-kachestvo-obrazovaniya-v-rossii/> (дата обращения 03.04.2014).
11. Фонд имени Питирима Сорокина (2012), «Сокращение вузов снизит рождаемость», электронный доступ: <http://www.sorokinfond.ru/index.php?id=450> (дата обращения 04.04.2014).
12. Фонд общественного мнения (29.06.2012), «О качестве высшего образования», электронный доступ: <http://fom.ru/obshchestvo/10516> (дата обращения 06.04.2014).
13. Фонд общественного мнения (16.07.2012), «Неэффективные вузы», электронный доступ: <http://fom.ru/obshchestvo/10595> (дата обращения 06.04.2014).
14. Частное представление (27.03.2013), «Правительство повысит эффективность образования путем массовых сокращений», электронный доступ: <http://vragi-paroda.net/?p=2641> (дата обращения 06.04.2014).

Выбор и обоснование организационной структуры предприятия

Бурко Роман Александрович, соискатель, ассистент;

Соколкова Вероника Дмитриевна, студент

Уральский государственный экономический университет, Березниковский филиал

В статье рассматриваются вопросы формирования и выбора организационной структуры предприятия. Описываются критерии оценки эффективности организационной структуры предприятия и даны рекомендации по их совершенствованию и оптимизации.

Ключевые слова: промышленное предприятие, организационная структура, виды структур, управление, прибыль, оценка эффективности, оптимизация.

На всех этапах развития экономики основным её звеном является предприятие — самостоятельно хозяйствующий субъект, имеющий статус юридического лица и осуществляющее производственную, научно-исследовательскую и коммерческую деятельность с целью получения прибыли. Современное предприятие — это сложная производственная система, включающая такие элементы, как основные фонды, сырье и материалы, трудовые и финансовые ресурсы. Успех работы предприятия во многом зависит от рациональной деятельности его подразделений и результативности управления, которая в значительной мере связана с выбором организационной структуры предприятия.

Актуальность данной темы состоит в том, что разработка стратегически эффективной организационной структуры управления является основным условием реализации выбранной предприятием стратегии функционирования и процветания. Целью исследования является выявление и описание организационных структур на основе современной научной экономической теории и рекомендации по оценке эффективности их использования и оптимизации на предприятиях.

Деятельность любого предприятия связана с производством материальных и интеллектуальных благ с целью удовлетворения потребностей потребителей и получения прибыли. Для получения стабильной при-

были, предприятие, в условиях современной экономической обстановки, должно функционировать как единая слаженная система. Взаимосвязь и управление структурными элементами предприятия обеспечивает организационная структура — упорядоченная совокупность взаимосвязанных элементов, находящиеся между собой в устойчивых отношениях, обеспечивающих их функционирование и развитие, как единого целого [6;345]. Она определяет состав и систему подчинения в управлении организацией, обеспечивает связь предприятия с внешней средой и внутреннее взаимодействие его подразделений. Эффективная организационная структура отвечает целям и задачам предприятия, а так же воздействующим на деятельность организации внутренним и внешним факторам. А.М. Новиков определяет наилучшей ту структуру, которая позволяет организации эффективно взаимодействовать с внешней средой, продуктивно направлять усилия сотрудников, и таким образом удовлетворять потребности клиентов и достигать свои цели [5;215].

В зависимости от характера связи между подразделениями предприятия (цехами, участками, службами) выделяют следующие виды организационных структур: линейную, функциональную, линейно — функциональную, линейно — штабную, дивизионную, матричную. Каждая из структур имеет свои преимущества и недостатки, и при-

менима для определённых условий ведения бизнеса. Правильно выбранная структура обеспечивает эффективное существование предприятия и его процветание, поэтому выбор организационной структуры является одним из самых важных этапов для предприятия.

Выбор руководителем предприятия той или иной организационной структуры не может носить случайный характер. Разработка организационной структуры предприятия — это сложный и длительный процесс, на который влияют объективные факторы и условия деятельности предприятия, а также факторы внешней экономической среды. Д.Н. Григорьев выделяет условия, влияющие на выбор организационной структуры предприятия: размер деятельности предприятия (малое, среднее, крупное); специализация на выпуске одного вида продукции или широкой номенклатуры изделий различных отраслей; характер выпускаемой продукции; сфера деятельности предприятия (на местный, национальный или внешний рынок); масштабы заграничной деятельности и формы её осуществления [2;23]. Помимо перечисленных факторов О.С. Виханский добавляет динамизм внешней среды и технологию производства [1;311]. Признаками оптимальной структуры управления являются:

- небольшое количество подразделений с высококвалифицированным персоналом;
- небольшое количество уровней управления;
- наличие в структуре управления групп специалистов;
- ориентация графика работ на потребителя;
- быстрота реакции на изменения;
- высокая производительность и низкие затраты [7;51].

Основным критерием оценки эффективности организационной структуры управления предприятием выступают критерии достижения предприятием поставленных целей. Оценка эффективности структуры может быть дана на базе экспертных суждений о её гибкости, адаптивности и оперативности в принятии решений. Обычно для этого используются данные, характеризующие изменения параметров структуры: уровни иерархии, сочетание централизации и децентрализации, управляемость, механизмы координации, распределение прав и ответственности и др. Для оценки эффективности организационной структуры предприятия В.Ж. Дубровский выдвигает четыре группы критериев: показатели эффективности производства, маневренность производства, способность фирмы реагировать на изменения характера деятельности, способность изменять свои организационные формы и приспособлять организационную структуру к существующим условиям [3;225].

Организационные структуры предприятия не являются застывшими, они изменяются в соответствии с изменяющимися условиями.

Говоря о необходимости проведения мероприятий по изменению организационной структуры предприятия,

отметим что, любое предприятие или фирма не существует изолированно, оно находится в тесной связи с поставщиками, заказчиками и потребителями. Нестабильность внешней среды: рынков сбыта, процессы инфляции и жёсткие условия конкурентной борьбы, ведут к социальным изменениям, а растущая сложность условий окружения уже сами по себе определяют необходимость в частых организационных изменениях. Ф.М. Русинов отмечает, что «...даже если дела идут благополучно и, организация находится на подъеме, она все равно должна обновляться, если хочет достичь или сохранить лидирующее положение в своей сфере. Поэтому процесс совершенствования организационной структуры, по сути, непрерывен и является одним из важнейших объектов управления [4;225]».

Особо необходимо подчеркнуть роль руководителя в преобразованиях. Именно он и его вера в безграничность совершенствования, опыт, знания, неукротимая энергия и в то же время предусмотрительность, осторожность служат залогом успеха.

Эффективная организационная структура, соответствующая стратегии и оперативным задачам компании, является значимым фактором конкурентоспособности предприятия. Для диагностики и модернизации организационной структуры компании можно воспользоваться организационным консалтингом. В рамках данного комплекса услуг, могут быть выполнены следующие работы:

- определение требований к организационной структуре компании;
- анализ текущей организационной структуры компании;
- разработка рекомендаций по усовершенствованию организационной структуры.

Начальный этап оптимизации на предприятии должен предусматривать первоочередное снятие или смягчение проблем связанных с оптимизацией организационной структуры. В экономических словарях под оптимизацией понимается «выбор наилучшего варианта решения из множества возможных; процесс приведения системы в наилучшее состояние [8]». Для того чтобы процесс оптимизации осуществлялся менее болезненно для персонала предприятия предлагаем следующие рекомендации:

- наряду с «жесткими» методами внедрения использовать «мягкие» — терпеливое объяснение персоналу целей изменения, новых принципов работы, совместное обсуждение проблем и поиск решений и т.д.;
- высшее руководство должно стать «открытым» для любого работника в любое время рабочего дня для разъяснительной работы;
- применить отдельный подход к авторитетным работникам и руководителям, провести с ними предварительное обсуждение планируемых мероприятий, таким образом заручиться их поддержкой;
- закрепить новую технологию взаимодействий через автоматизацию предприятия, документооборот и компьютеризацию;

— проводить материальное и моральное стимулирование сотрудников.

Любую работу со структурой стоит вести в тесной привязке к целям, стратегии и бизнес-планам компании. Эффективный инструмент для этого «План по структуре и персоналу», в этом документе учитываются цели компании, изменения в структуре, задачи в области управления персоналом, бюджетные параметры. План по структуре и персоналу может детализироваться и включаться в индивидуальные планы отдельных руководителей. Это вовлечет их в процесс изменений и создаст дополнительную заинтересованность в результатах. При выявлении недостатков в технологической проработке изменений необходимо принимать соответствующие меры по корректировке. Проводить анализ складывающейся перед каждым этапом внедрения ситуации и принимать решения о применении, модификации, или отмене запланированных мероприятий при диагностике оптимизации организационной структуры.

Подводя итог, можно отметить, что совершенствование организационной структуры предприятия — это естественный, необходимый и постоянный процесс для всех предприятий, который определяется конкретной ситуацией, целями, ценностями, опытом и знаниями руководителей. Знакомство с теоретическими моделями даёт представление о системе выбора конкретной организационной структуры, при этом каждое предприятие находит наиболее удобную и выгодную для себя позицию. Теоретические положения работы могут иметь практическую значимость для руководителей предприятий и фирм в вопросах выбора организационной системы управления. Предлагаемые рекомендации по изменению и оптимизации организационной системы могут быть адаптированы руководителями под реально существующие на предприятии организационные системы и способствовать их результативности в достижении всех поставленных предприятием целей.

Литература:

1. Виханский, О. С., Наумов А. И. Менеджмент: Учебник. — 3-е изд. — М.: Гардарики, 2000. — 528 с.
2. Григорьев, Д. Н., Кокшарова В. В., Чайкин Б. И., Черепанова Т. Г. Экономика и организация промышленного производства: Учебник/Под ред. проф. Б. И. Чайкина. — Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2001. — 286 с.
3. Дубровский, В. Ж., Чайкин Б. И., Ярин Г. А. Экономика фирмы (в вопросах и ответах): Учеб. пособие. — Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2004. — 356 с.
4. Менеджмент (Современный российский менеджмент): Учебник/Под ред. Ф. М. Русинова и М. Л. Разу. — М.: ФБК — ПРЕСС, 1999. — 504 с.
5. Новиков, А. М., Новикова Н. Е. Универсальный экономический словарь.
6. Словарь современной экономической теории Макмиллана. — М.: ИНФРА — М, 1997. — 608 с.
7. Сухов, В. Д. Основы менеджмента: Учеб. пособие для нач. проф. образования/В. Д. Сухов, Ю. А. Москвичёв. — М.: Издательский центр «Академия», 2004. — 192 с.
8. Словарь экономических терминов — [http://www.bank24.ru/info/glossary/?srch= %CE %CF %D2 %C8 %CC %C8 %C7 %C0 %D6 %C8 %DF](http://www.bank24.ru/info/glossary/?srch=%CE%CF%D2%C8%CC%C8%C7%C0%D6%C8%DF)
9. Анализ структуры промышленности Пермского края на основе данных статистической отчетности [Текст]/О. Н. Гунина, Р. А. Бурко // Молодой ученый. — 2013. — № 11. — с. 327–331.
10. Роль импортозамещения в экономике России [Текст]/Р. А. Бурко // Молодой ученый. — 2013. — № 11. — с. 301–303.

Об оценке взаимного влияния экономического развития и окружающей среды

Бычкова Лариса Викторовна, кандидат экономических наук, зав. кафедрой;
Коварда Владимир Васильевич, кандидат физико-математических наук, доцент;
Русанова Татьяна Михайловна, студент
Юго-Западный государственный университет (г. Курск)

В статье анализируются степень влияния природы на экономические системы и конкретно на человека как обратная реакция на усиление антропогенного воздействия. Рассмотрены примеры межгосударственного сотрудничества в вопросах защиты окружающей среды. Произведен обзор динамики заболеваемости в России.

Ключевые слова: эколого-экономическое развитие, антропогенное воздействие, окружающая среда.

Конкурентная борьба в современной экономике требует постоянного совершенствования техники и технологии производства, оказания услуг, вследствие чего товары и услуги все более усложняются. В этой связи возрастает роль человека не только как рабочей силы, но и как источника знаний, новых идей, методов и средств их реализации, воплощения в жизнь и использования, т. е. роль человеческого капитала постоянно увеличивается. В это же время человеческая деятельность в стремлении к постоянному повышению эффективности производства, удовлетворению все возрастающих потребностей привела к значительному увеличению антропогенного воздействия на окружающую среду — среду обитания, и на природу в целом — так как деятельность человека приобрела глобальный характер. Этому способствует рост численности населения на планете и интенсификация человеческой деятельности. В результате на Земле происходят перераспределение водных ресурсов, изменение местного климата, преобразование некоторых черт рельефа. Из недр планеты ежегодно извлекается свыше 120 млрд т. полезных ископаемых, выплавляется 800 млрд т. различных металлов, производится более 60 млн т. синтетических материалов, вносится в почву свыше 500 млн т. минеральных удобрений и около 3 млн т. различных ядохимикатов.

Возрастание масштабов антропогенного воздействия на природную среду не проходит бесследно: ежегодно уничтожаются десятки миллионов гектаров лесов, пахотных земель, исчезли тысячи видов животных и растений.

Ответная реакция природы проявляется в двух формах:

1. Острых воздействий, например, усыхания лесов от кислотных дождей.

2. Перманентных, хронических процессов типа постепенного изменения климата, ослабления принципа Ле Шателье-Брауна, и т. п.

«Эффект бумеранга» (ответная реакция окружающей среды) проявляется тем сильнее, чем выше уровень нарушений человеком природных систем.

Выделяют следующие аспекты последствий загрязнения окружающей среды:

1. Медико-социальный — воздействие деградирующей среды на здоровье человека.

2. Экономический — негативное влияние загрязнения среды на общественное производство и его конечные результаты.

3. Экологический — нарушение процессов протекания естественных природных процессов.

4. Духовно-эстетический — негативное влияние деградирующей среды на духовное и эстетическое восприятие людей.

Поддержание экологического баланса, сохранение окружающей среды для развития экономики и человечества в целом связано с негативным воздействием природных явлений на предметы и средства труда, а также на людей, их здоровье.

Осознание экологической проблемы привело к экологизации экономического развития в промышленно развитых странах.

Во-первых, это выразилось в том, что затраты государства и монополий на охрану окружающей среды значительно увеличились за последние 20 лет.

Во-вторых, значительный рост произошел на рынке производства и реализации очистной техники — возникли «экоиндустрия», «экобизнес». В настоящее время уже сформирован международный рынок экологически чистого оборудования и экологически чистой продукции.

В-третьих, была сформирована система законов и сформированы организации (на международном, региональном и местном уровнях) по защите природы. Разработаны программы экологического развития отдельных стран и регионов.

В-четвертых, усилилась международная координация в области охраны окружающей среды. Этот аспект международного сотрудничества является наиболее значимым в настоящее время, т. к. без объединения усилий, стремления к унификации соответствующих норм, эффект от региональных и местных мероприятий по защите природы будет значительно меньше.

Наиболее распространенной и действенной формой сотрудничества по вопросам охраны окружающей среды является заключение международных договоров и иных соглашений. Партнерами в таких соглашениях обычно выступают страны-соседи или государства, объединенные общностью интересов в сохранении природной

среды региона или совместным использованием некоторых ресурсов. Так, растущая обеспокоенность ухудшением состояния морских вод побудила 20 стран мира к заключению в Лондоне Конвенции по предотвращению загрязнения морей нефтью (1954). Договором запрещен слив нефти и нефтепродуктов в пределах 80–250 км от побережий подписавших его стран. Впоследствии в этой сфере были заключены новые конвенции (Лондон, 1972, 1973), предусматривающие жесткий режим полного предотвращения каких бы то ни было сбросов и захоронений в Мировом океане, в том числе радиоактивных.

Таких соглашений очень много, однако степень их реализации сильно отличается в зависимости от состава стран-участниц, структуры и интересов их экономик, политической воли и т. п.

Несмотря на проблемы в осуществлении договоров, международные соглашения принесли конкретные позитивные результаты. Так, реализация Конвенции о предотвращении трансграничного загрязнения атмосферы на большие расстояния привела к значительному снижению уровня загрязнения воздуха в Европе. Резко уменьшилось количество убиваемых в Африке слонов в результате принятой в 1990 г. Конвенции о международной торговле исчезающими видами дикой флоры и фауны. В соответствии с соглашением 1991 г. в Антарктиде на 50 лет запрещены разведка и добыча полезных ископаемых. В целом государства мира приняли около 200 экологических соглашений.

Другой эффективной формой международного сотрудничества является создание и деятельность межправительственных специализированных учреждений при Организации Объединенных Наций.

Однако, ввиду неравномерного экономического развития стран мира возникают диспропорции в системе национального и наднационального законодательства. Центр тяжести глобальных проблем современности все более перемещается в мир развивающихся стран.

В таких странах усиливается и экологическое давление, так как наряду с «доиндустриальным» загрязнением все больше проявляется и новое, связанное с вторжением транснациональных корпораций (ТНК), с «экспортом» загрязняющих производств в «третий мир».

«Доиндустриальная» деградация — это, прежде всего, опустынивание (итог антропогенных и естественных факторов: чрезмерного выпаса скота и вырубки редких деревьев и кустарников, нарушение почвенного покрова и так далее при хрупких, легко разрушающихся экосистемах аридных районов) и массовая вырубка лесов.

Современное «индустриальное» загрязнение в развивающихся странах обуславливается переводом многих загрязняющих производств в «третий мир», прежде всего — строительством металлургических и химических заводов. Концентрация населения в крупнейших агломерациях растет.

«Новое» загрязнение в развивающихся странах определяется химизацией сельского хозяйства.

Таким образом, все новые модели экологического развития, все новые технологии — удел экономически развитого мира, на который приходится около 20% населения Земли.

В связи с этим, в динамике природных рисков на глобальном уровне экономического развития можно выделить ряд основных тенденций. Это, во-первых, увеличение количества наиболее разрушительных для хозяйственных систем природных бедствий и объема соответствующего ущерба, темпы которого устойчиво превышают темпы роста производства мирового валового продукта (МВП). В 1950–1999 гг. прямой ущерб от наиболее разрушительных природных катастроф в мире вырос более чем в 15 раз, а объем МВП — всего в 4,5 раза. Во-вторых, опережающий в сравнении с динамикой количества самих катастроф рост экономического ущерба от природных бедствий. В соответствии с прогнозами к 2050 г. в сравнении с началом 2000-х ущерб от природных бедствий возрастет в девять раз, а их количество — лишь вчетверо.

В-третьих, всеобщий, тотальный характер роста экономического ущерба от природных опасностей и бедствий. В-четвертых, усиление дифференциации природных рисков, основным фактором которой является различная степень уязвимости экономических систем.

Как следствие ухудшения экологической обстановки и больших психо-эмоциональных нагрузок с каждым годом увеличивается количество заболевших. Так, в 2000 г. численность зарегистрированных больных насчитывала 106327,8 тыс. чел. (730,5 на 1000 населения), а в 2012 г. — 113688,0 тыс. чел. (793,9 на 1000 населения).

Качество продуктов питания и стрессовые ситуации, очевидно, провоцируют рост болезней эндокринной системы, расстройства питания, нарушения обмена веществ. Наблюдается значительное увеличение людей, страдающих от болезней, характеризующихся повышенным кровяным давлением (с 434,8 тыс. чел. в 2000 г. до 920,3 тыс. чел. в 2009 г., т. е. на 111,7%).

Ухудшение качества жизни приводит к снижению трудоспособности, к ослаблению побудительных мотивов к труду. В результате более 20% ВВП ежегодно теряет экономика из-за плохого здоровья россиян.

Сущность понятий управления государством

Вайсберг Ярослава Александровна, аспирант
Сибирская академия финансов и банковского дела (г. Новосибирск)

Одной из главнейших актуальных задач реформирования российского государства является совершенствование системы управления, поскольку достигнуть высокого качества жизни можно лишь за счет рациональной и эффективной организации управления социумом.

Управление как исторически сложившаяся форма осуществления интересов, потребностей и ценностей социума предназначено для удовлетворения потребностей, которые необходимы для жизнедеятельности общества. Дискуссии в научной среде относительно наиболее эффективного управления народом длятся столетия. Еще Конфуций в VI — V в. до н. э. искал пути и средства к идеальному управлению. Подчеркнем также значимость трудов И. Валлерштайна, Е. Дюркгейма, В. Огборна, В. Парето и др., которые повлияли на развитие управления обществом.

С течением времени множество изменений произошло в социально-экономической сфере, окружающей среде, технологиях, которые бесспорно отразились и в динамике управления государством. Последние тенденции глобализации, компьютерная и коммуникационная революции, легкое перемещение через границы стран населения, информации и техники, оказали значительное влияние на практику управления государством. Но эти тенденции не только стимулировали новые возможности, но и породили новые проблемы. В частности, многие концепции, стандарты и методы управления были изменены, адаптированы, дополнены или даже заменены.

Социум и управление им, являясь взаимосвязанными и взаимообусловленными, развиваются, основываясь на общих для них закономерностях. Функционирование общества невообразимо без определенного порядка, норм, правил и согласованности действий функционирования системы управления, поэтому требуется адекватное регулирование жизнедеятельности социума в целях обеспечения его наиболее качественной жизни.

С помощью управления социумом достигается необходимая организация социально-экономической системы и устанавливает порядок в жизнеобеспечении населения. Характер и направление развития управления, особенности его социально-экономического развития зависят в первую очередь от форм, способов, методов управления и контроля. Так, для согласованности и эффективности организации управления нужен некий авторитет, который регулирует отношения власти и народа. Сложность качественного управления социумом в том, что общество выбирает неких лиц и поручает им регулирование жизнедеятельностью, через органы власти, которые есть в любом цивилизованном обществе. Охватывая наиболее важные сферы жизни граждан, управление придает многогранной

структуре органов власти фундаментальный характер, который осуществляет контроль, обеспечивает достижение поставленных целей, приводит в действие процессы регулирования социально-экономической системы. Управляющие органы устанавливают законы, нормы, правила, запреты, дозволения, которые формируют определенный образ поведения граждан, направляет их действия в необходимое русло и регулируют подчинение каждого человека общеобязательным, твердо установленным нормам и правилам взаимодействия граждан, а также авторитетному руководству.

В научных трудах нет универсального, общепризнанного определения управлению. И. А. Азовкин справедливо заметил, что «трудно найти другое понятие, которое толковалось бы столь различно» [1, с. 11].

А. М. Барнашов [4, с. 10] рассматривает управление как прежде всего активно — организованную «деятельность управляющих органов, это процесс реализации, функционирования власти, ее динамика, ее естественное состояние». Сущность управления, по его же мнению, заключается в «способности определять, детерминировать волевою целенаправленную деятельность людей, подчинять поведение каждого участника управленческих отношений единым авторитетным началам в целях сознательного регулирования многообразных сторон общественной жизни, а в конечном счете — для обеспечения прав человека». Следовательно, сущность управления — создавать условия социального управления, приводить к общему показателю его многоаспектные проявления, способствовать общественному порядку, защите прав и свобод граждан, повышать и поддерживать качество жизни населения. По тому как, функционирование управления тесно связано с жизнедеятельностью граждан, то можно говорить о социальном управлении как о непосредственном источнике руководства действиями населения.

Необходимость в высоко организованном управлении, заключается в гармоничности и слаженности социальных отношений, которые тесно связаны с сохранением и поддержанием необходимых условий жизни человеческого общества, обеспечении экономических благ, в реализации контроля за соблюдением общепринятых норм, разрешении конфликтов и споров, применении наказаний против лиц, нарушающих свои права и права других граждан. Такие общепользные деяния и функции управления, свойственные социуму, составляют суть *социального управления*.

Как свойство цивилизованного общества, социальное управление выполняет функции по регулированию жизнеобеспечения и жизнедеятельности граждан. Следовательно, социальное управление — это есть организо-

ванная структурированная функция социума, связанная с регулированием общественных отношений.

Социальное управление в настоящее время выражается в основных двух видах — управления публичного и управления государственного. Вместе с тем далеко не всякое управление является эффективным и представляет собой безусловную ценность для общества. Первейшей разновидностью социального управления исторически появилось общественное управление первобытнообщинного строя. В дальнейшем разновидностью социального управления явилось государственное управление, которое в последствии становится единственно суверенным по мере становления и развития цивилизованного общества.

Ю.Е. Волков [5] имеет мнение, что понятие термина «социальное» в науке не имеет конкретного толкования. Чаще всего он обозначает все, что есть в обществе: производство, политика, культура, образование и т.д. Поэтому зачастую все явления и процессы в обществе определяются социальными. На основании подобного значения и появилось представление о социальном управлении как о управлении общественными процессами широкого спектра. Социальное управление по своей сущности присуще общественной системе и является коренным по отношению к управлению обществом вообще.

Однако, в настоящее время понятие «социальное управление» употребляется в науке, официальных источниках информации и в другом, более узком значении, например, когда трактуется об отличающихся между собой процессах (социальных, экологических, экономических, политических и др.). В подобных случаях социальное управление подразумевается не как управление, охватывающее все существующее в социуме, а с целью обозначить процессы управления, охватывающие определенную часть общественной жизни, которую можно обозначить социальной сферой. Подобное употребление социального управления, хотя и не имеющего пока общепризнанной трактовки, широко вошло в научную среду. Так, В.И. Галахов [6] социальное управление определяет как воздействие, адресованное на социальную сферу: институт, корпорацию или процесс в целях их регулирования и развития. Особенность такого подхода к управлению заключается в том, что непростая совокупность различных по своей природе компонентов социальной сферы (труд, образование, культура и др.) являются объектом управления.

Социальное управление, в то же время, является очень разносторонним и универсальным понятием. Так, Д. Аршакян, считает, что социальное управление включает в себя административно-государственный, социокультурный и производственный аспект, находящиеся в постоянном процессе ранжировки и переранжировки их ролей [2, с. 24].

Социальное управление охватывает соответствующие уровни, формы и виды управления, где важнейшей составляющей видится управление социальной сферой, где

происходят существенные многоаспектные колебания в социальной сфере, жизни общества или отдельных ее компонентах — социальных институтах, отношениям социума и т.п.

Социальное управление, воплощаясь в государственно — правовые институты, приобретает статус государственного управления, действующего от лица всего населения. Но в организационном отношении государственное управление зачастую не совпадает с волей и мнением народа, в виду того, что управление осуществляется государственным аппаратом, состоящим из определенных должностных лиц.

Вместе с тем, государственное управление отождествлять с его органами не правильно, потому как верховная власть не передает органам управления всю свою власть, а лишь снабжает их «пучком» властных полномочий. Государство, являясь высшей формой цивилизованного общества, демонстрирует политический союз населения, которое выражает, таким образом, единство своей воли, для обеспечения защиты интересов, прав и свобод граждан. То есть, государство представляет собой политико-правовой институт управления и регулирования общественных отношений и жизнедеятельности людей.

На раннем этапе государственного управления резко возрастает власть управленческого аппарата, и также резко снижается влияние народа. «Верхушка» власти идеализируется практически до «идолов поклонения», а их власть становится безграничной, она кристаллизуется в специализированных политических институтах или органах политического управления. Для управления государством создается специализированный административный аппарат, основанный на принуждении и насилии.

Государственное управление тоталитарного режима представляло собой управление узурпаторское и нелегитимное, не имеющее приоритетов социально-экономической эффективности, отвергающее здравый смысл в социальных сферах, попирающее права человека. Подобное деспотическое государственное управления может приобрести бесконтрольный характер неподконтрольный обществу, кроме того внутренне такое управление нестабильно и является неэффективным в решении трудных социальных вопросов.

Господство идеологии коммунизма, где центральной структурой являлось государство с однопартийной системой, в течение нескольких десятилетий нарушило те связи между гражданами, которые образовывали семейные, религиозные и общественные ценности. После распада социалистического блока слабость таких связей проявила себя и в социально-экономической сфере. Кроме того, справедливо мнение Е. и И. Матвишковых [11, с. 230], что поведение многих нынешних участников управленческого процесса часто находится под воздействием синдрома «советского человека», за которого все должно решать государство. Это влияние тем сильнее, чем больше времени находилось общество в условиях

командной экономики, что по нашему мнению, усложняет процесс совершенства управления в современных условиях.

Опасность безграничного управления вызывает необходимость его разумного ограничения, заключающегося в установлении системы социального контроля за ее функционированием, включая такие социальные регуляторы, как государственные и общественные институты, право, мораль, обычаи, традиции, установки и т. п.

Там, где нет каналов социального контроля за регулированием управления и где ее звенья не контролируют деятельность друг друга, как показывает исторический опыт, нарушаются фундаментальные интересы и потребности людей, подавляются права и свободы человека, утрачивается единство власти и личности. Тоталитарное государственное управление постепенно трансформируется в современное государственное. Появляются новые социально — правовые институты, в которых разграничиваются компетенции между органами государственного управления, формируется квалифицированный бюрократический аппарат, имеющий состав из многочисленных чиновников. Решение этих проблем достигается путем становления свободного гражданского общества и формирования демократического публичного управления.

В период советской власти понятие публичное управление не имело смысловой нагрузки. Государственное управление было единственным серьезным видом управления в социуме. Оно рассматривалась основным средством регулирования и формирования общественных отношений. Прочие виды управления не имели значения в общественной жизни и в связи с этим не анализировались в научной среде. В соответствии с современным взглядом, все виды управления, которые охватываются понятием публичного управления, включались в состав единого государственного управления, таким образом, для более углубленного изучения публичного управления и дифференциации его от смежных значений не имелось объективных предпосылок.

В современном государстве управление не сводится к принуждению. Государственное управление существует вместе с функционированием иных субъектов. Осуществление государственного регулирования уже перестало быть исключительно монополией самого государства. Передача власти компетентным участникам, аппаратам, осуществляющим власть в публичном секторе, составляет основное целевое назначение публичного управления.

В условиях демократического государства социальные интересы относительно управляющей системы ограничиваются двумя направлениями публичной власти: обществом и государством. Для того, чтобы общественные интересы достигли реального единства, в системе публичного управления важно, чтобы совокупность управленческих процессов охватывала все сферы, необходимые для осуществления функций государства с целью гарантирования прав и свобод человека. П. А. Минаковым отмечено, что с принятием Конституции РФ понятие пуб-

личного управления стало употребляться в качестве объединяющего и обобщающего понятия государственного федерально, субфедерального управления и местного самоуправления [12, с. 5].

В научных трудах отсутствует единое общепринятое определение публичного управления. Например, В. Е. Чиркин публичное управление рассматривает как социальную деятельность определенных органов и должностных лиц [17, с. 22]. В. Ф. Халипов трактует публичное управление, как власть, открытую народу и его суждениям, общественная по характеру, не частная, вовлекающая в управление широкие круги населения [15, с. 134], что на наш взгляд кажется не совсем верным потому, как вовлечение слишком широкого круга населения может привести к дисбалансу управления, но бесспорно мнение населения должно учитываться.

Другой подход к публичному управлению связан с тем, что оно является синонимом государственного управления, что является по нашему убеждению ошибочным. В свое время В. Ф. Сиренко приравнивал публичную власть и государственную и называл ее государственной публичной властью [13, с. 69–70]. И. М. Степашин утверждал, что «Публичная, т. е. политически организованная власть, есть власть господствующего класса...» [9, с. 84]. В трудах А. И. Кима сказано, что общественная и публичная власть не тождественны; тождественны же публичная и государственная власти, порожденные политическими отношениями [10, с. 65].

Мы совершенно не согласны с Л. А. Григорян, который утверждает, что публичная власть тождественна общественной власти. А общественная власть существует во всяком обществе [8, с. 16–21]; а также с мнением М. И. Байтина, что «политическая, государственная власть представляет собой разновидность общественной, публичной власти» [3, с. 134], так как, ярким примером подобного диссонанса может служить тоталитарный режим государственного управления советской власти, где абсолютно не учитывалось мнение народа и отсутствовал даже «намеки» на общественную и публичную власть.

А. А. Югов считает, что публичное управление «...есть система всеобщего участия населения в решении совместных дел» [18, с. 12]. Он дает следующие характеристики публичной власти. «Публичная власть — это всякая политическая власть, осуществляемая гражданами в коллективных формах... Публичная власть — это особая и самостоятельная власть, не совпадающая по своему содержанию и объему с властью государственной... В известном смысле, публичная власть, когда мы понимаем ее как власть народа в целом, есть высшая форма власти» [18, с. 52–53]. отождествление, А. А. Юговым публичной власти и народовластия, видится не совсем верным.

Публичное управление, справедливо отмечено В. Е. Чиркиным [16, с. 6–7], есть проявление общественной власти, которая вбирает в себя управление государственное, власть территориальных публичных

коллективов субъектов РФ, автономий и муниципальных образований и, наконец, власть корпоративную. Но при этом управление как процесс регулирования поведением социума, на наш взгляд, невозможно без преобладания чьей-то руководящей воли, будь то воля большинства либо того, кто лучше аргументирует свое мнение.

Необходимо, чтобы в публичном управлении было соотношение целей и интересов социума и целей и интересов самого публичного управления, т. е. интересы граждан совпадали с государственными, региональными, муниципальными и интересами социума. Большое значение придается согласованности и взаимодействию социальных норм, которые, с одной стороны, относятся к субъективным факторам и, с другой, которыми регулируется публичное управление. Публичное управление призвано исходить из реального состояния нормативной урегулированности социального фактора, объективно оценивать место и качество различных видов социальных аспектов и лишь на этой основе стоит создавать и активизировать управляющие меры.

О.В. Глушакова выделяет публичное управление, как систему органов и институтов управления на всех уровнях управления, функционирование которых осуществляется в форме институализированных отношений, обеспечивающих сбалансированное развитие процессов социально-экономической системы [7, с. 56], с чем мы полностью солидарны.

Таким образом, объективным видится мнение Р.М. Усмановой, что публичное регулирование — это упорядочение отношений путем не только официально-властного установления государством, органами местного самоуправления, общественными организациями различных общеобязательных правил, но и с помощью выработанных самим обществом, коллективом граждан и негосударственными органами норм и правил поведения [14, с. 138].

Однако стоит подчеркнуть, *в отличие от государственного управления, основная задача публичного управления заключается не в том, чтобы регулировать все вокруг, а в том, чтобы наиболее эффективно объединить управление властвующих с саморегулированием подвластных.* Учитывая мнения рассмотренных авторов, можно сделать вывод, что публичное управление в современных условиях включает в себя систему мероприятий законодательного, исполнительного и контролирующего характера, реализуемых наделенными правом государственными и общественными институтами в целях стабилизации и приспособления существующей социально-экономической системы к различным трансформациям. Задача состоит в том, чтобы найти оптимальную меру и наиболее эффективные формы регулирования экономики, которые, не разрушая её рыночную природу, в то же время обеспечили бы общественным отношениям максимальную социально-экономическую эффективность.

Литература:

1. Азовкин, И. А. Демократический характер государственной власти в СССР и механизм ее осуществления // Советское государство и право. — 1968. — №9. — с. 11–16.
2. Аршакян, Д. Особенности управления социотехническими системами // Проблемы теории и практики управления. — 1998. — №5. — с. 18–25.
3. Байтин, М. И. Государство и политическая власть. Саратов, 1972. — 239 с.
4. Барнашов, А. М. Государственная власть как форма организации общества // Вестник Томского гос-го унив-та. Юридические науки. — 2004. — №283. — с. 10–15.
5. Волков, Ю. Е. Социальное управление как вид деятельности // Социально-политический журнал. 1997. — №3. — с. 65–74.
6. Галахов, В. И. Методология организации и управления кадровым потенциалом федерального железнодорожного транспорта: автореф. дис. д-ра техн. наук. М., 1998. — 48 с.
7. Глушакова, О. В. Публичное управление процессами обеспечения качества жизни в социально-экономических системах/под общ. ред. проф. Н. В. Фадейкиной. — Новосибирск, 2012. — 454 с.
8. Григорян, Л. А. Народовластие в СССР. М., 1972. — 186 с.
9. Григорян, Л. А. Социалистическая государственная власть и представительная форма ее осуществления // Советское государство и право. 1960. — №3. — с. 84–92.
10. Ким, А. И. Государственная власть и народное представительство в СССР. Томск, 1975. — 216 с.
11. Матвейшин, Е. Г., Матвейшина И. Л. Оценка факторов развития доверия как основы экономического роста в регионах Украины/Публичное управление: теория и практика: сборн. науч. работ Ассоциации д-ров наук гос. упр-я. — Х.:«ДокНаукДержУпр», 2010. — №3–4. — 432 с.
12. Минаков, П. А. Публичная власть: политологический аспект. Уфа, 2008. — 200 с.
13. Сиренко, В. Ф. Проблемы интереса в государственном управлении. Киев, 1980. — 180 с.
14. Усманова, Р. М. О соотношении понятий «публичное регулирование», «публичное управление» и «публичная власть» // Общество: экономика, политика, право. — 2011. — №3. — с. 133–140.
15. Халипов, В. Ф. Власть. Основы кратологии. М., 1995. — 300 с.

16. Чиркин, В.Е. Об изучении основ публичного управления // Конституционное и муниципальное право. — 2005. — №3. — с. 6–8.
17. Чиркин, В.Е. Публичная власть. М., 2005. — 175 с.
18. Югов, А.А. Правовые основы публичной власти в Российской Федерации. Екатеринбург, 1999. — 124 с.

Новый Федеральный закон №44: есть над чем работать

Гарифуллина Алина Арсиновна, студент
Казанский (Приволжский) федеральный университет

Оптимизация деятельности в сфере государственных закупок товаров для компаний с госучастием является первоочередной задачей для отечественного бизнеса.

По сообщениям Генпрокуратуры за прошедший год практически на 50% выросло число правонарушений на рынке закупок для государственных и муниципальных нужд. Если в 2012 году количество нарушений не дотягивало до 50 тысяч, то в 2013 году их число достигло почти 80 тыс., также возбуждено 500 уголовных дел [2].

Данные цифры говорят о несостоятельности Федерального закона №94 «О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд». В связи с этим, с 1 января 2014 года вступил в действие Федеральный закон «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд».

Новый закон регулирует отношения, направленные на обеспечение государственных и муниципальных нужд в целях повышения эффективности, результативности осуществления закупок товаров, работ, услуг, обеспечения гласности и прозрачности осуществления таких закупок, предотвращения коррупции и других злоупотреблений в сфере таких закупок [1, с. 1].

Не смотря на видимые улучшения в данный момент 44-ФЗ содержит множество противоречивых статей. В частности, обоснованные опасения вызывают положения, касающиеся процедуры контроля и размещения заказа.

1. По новому проекту расширяется выбор торгов, но не указывается, на каких основаниях заказчик должен выбирать форму проведения конкурса. Результатом предоставления свободы решения может стать несправедливое преимущество у определенной категории поставщиков в ущерб тем, кто не сможет пройти по определенным требованиям. Если рассматривать одно из нововведений — двухэтапный аукцион — на конкретном примере взаимодействия заказчика и исполнителя, можно увидеть скрытые возможности сговора. Предотвратить такие инциденты не представляется возможным, так как нет нормативных актов, предусматривающих четкую схему действия контролирующих органов в таких ситуациях.

2. Не прописаны и четкие инструкции для конкурсной комиссии в случае выбора заказчиком открытой формы подачи заявок. Несмотря на возмущение поставщиков по поводу заинтересованности отдельных лиц, новый закон унаследовал самый неприятный для исполнителей пункт. Подача заявок в открытой форме, без запечатанных конвертов может привести к повторению печального опыта. Это положение должно выражать стремление к прозрачности и доступности тендерных процессов, но на практике получится совсем другой результат — очередной повод для нечестных сделок путем сговора. В итоге могут пострадать и качество исполнения контракта, и уровень услуг в пользу менее добросовестного поставщика.

3. Сужены права поставщика при подаче заявок. Четко указано, что проследить процедуру на всех этапах может лишь лицо, подавшее заявку. Однако это противоречит прежним нормам, так в 94 законе были предусмотрены тонкости определенных организаций, где муниципальные компании могли контролировать закупки и подавать иски совершенно свободно. Теперь эта возможность ограничена рамками, в которых могут нарушаться предписанные ранее права. Таким образом, будет упущен важный момент — участники, не допущенные к подаче заявок по ограничениям, не смогут и влиять на качество исполнения процедуры.

4. Изменен порядок внесения и размер обеспечения заявок. Сумма, оплачиваемая поставщиком как гарантия надлежащего исполнения договора, переходит заказчику на срок от 12 до 24 месяцев. Это означает, что даже после выбора исполнителя, заключения с ним контракта и его полного выполнения у принимающей стороны есть законное право использовать деньги исполнителя по своему усмотрению. В результате могут пострадать те поставщики, чье финансовое состояние не отличается благополучием. Раньше деньги возвращались в течение месяца после объявления итогов конкурса, что позволяло использовать эту сумму для участия в других тендерах. Косвенно, новый пункт закона ограничивает деятельность мелких и крупных поставщиков и отдает приоритет крупным компаниям [3].

5. Еще одну проблему применения положений 44-ФЗ выделил глава ФАС России Игорь Артемьев — уход заказчика от процедур Закона о контрактной системе пре-

доставлением субсидий ГУПам и МУПам, что приводит к произвольному и неконтролируемому расходу средств и выбору «нужных» исполнителей. «Таким образом, заказчики не проводят торгов, и все достается через ГУПы избранным предпринимателям, а малый бизнес остается ни с чем», — подчеркнул руководитель антимонопольного ведомства.

6. Также одной из ключевых проблем применения контрактной системы, названной главой ФАС России является закупки на строительство, которые при стоимости свыше 150 млн рублей для государственных нужд, и свыше 50 млн рублей для муниципальных проводятся «бумажным» конкурсом, что приводит к ограничению числа участников, искусственному укрупнению заказов, субъективной оценке участников.

В 1 квартале 2014 года проведено закупок общей суммой более, чем на 457 млрд рублей. При этом экономия в строительстве при проведении аукционов составила бы 4,9%, что на 2,1% больше, чем при проведении конкурса, и что кратно 9 млрд рублей [4].

Что касается тендерного рынка, важную роль в создании прозрачных торгов играет своевременное выявление коррупционных тендеров.

Отсутствие стандартизации при подготовке ТЗ очень сильно влияет на развитие незаконных сговоров между заказчиком и поставщиком. При тщательном изучении требований к конкурсам можно понять, что некоторые из них ориентированы под конкретного, уже заранее выбранного поставщика.

1. Слишком строгие требования к наличию тех или иных лицензий могут говорить о том, что заказчик уже точно знает, какой поставщик ему нужен. Например, если в тендере по поставке опалубки не требуется лицензия СРО, а заказчик делает акцент именно на этом — это без сомнений заранее проигрышный вариант. Все остальные участники не смогут пройти отбор заявок, и, следовательно, контракт будет заключен с заранее выбранным поставщиком.

2. Заявленная цена контракта также может служить признаком нечестного конкурса. Однако занижение цены является разрешенной мерой, так как нет норм, по которым определялись бы какие-либо рамки цены. Зачастую, чтобы выиграть в тендере участники готовы перебить заявленную стоимость всеми средствами. Другой пример, когда заказчик намеренно завышает цену, при этом выдвигая строгие требования к отбору кандидатов. В таком случае, результат торгов запланирован заранее — победитель проходит отбор заявок и назначается исполнителем, а ценовую разницу (откат) забирает заказчик. Такая практика давно известна российской экономике, и противостоять этому явлению можно только при помощи четких ограничений, прописанных в ФЗ.

3. Сговор заказчика и исполнителя может выдать и слишком короткий срок исполнения заказа. Например, объявлен конкурс на оцифровку архивных документов со сроком исполнения неделя. В таком случае невозможно

выполнить весь объем работ в указанные сроки, поэтому выиграет тендер тот конкурсант, который обговорил все условия заранее и выполнил работу до объявления конкурса [5].

Кроме того, Игорь Артемьев рассказал о существующих пробелах в требованиях к проведению экспертизы. Среди таких проблем он назвал отсутствие требований к экспертам, к порядку проведения и содержания самой экспертизы, отсутствие ответственности за ее результаты, отбор экспертов по субъективным критериям и прием результатов экспертизы по общим правилам 44-ФЗ. Все это может привести к проведению экспертизы «нужными» лицами, не обладающими специальными знаниями.

Конкурсанты уже привыкли к тому, что запрос предложений в открытой форме может обернуться сюрпризом для всех участников. Предложения подаются на листах бумаги, без запечатанных конвертов, поэтому велика вероятность, что кто-то из конкурсной комиссии поделится информацией с недобросовестным поставщиком. В таком случае выиграет тот, кто знает цены, предложенные конкурентами.

Необходимо отметить, что сменить старый закон на новый — это только половина дела, сложнее всего сформировать судебную практику.

Сегодня накоплено много судебных решений по стандартным ситуациям, теперь же все необходимо начинать с нуля. По 94-ФЗ большую часть споров между поставщиками и заказчиками решались в досудебном порядке, ФАС сама рассматривала споры в течение 5 дней.

Теперь на некоторых этапах проведения государственных закупок заказчики и поставщики остаются один на один без надзора контролирующей инстанции.

Спорные вопросы теперь рассматривает только суд, который вместо пяти дней будет рассматривать их на протяжении нескольких месяцев, а возможно и нескольких лет.

Например, руководствуясь новым законом, заказчик в одностороннем порядке расторгнет контракт, поставщик подаст в суд, а все время судебного разбирательства контракт будет просто висеть, так что об оптимизации бюджетных расходов не может быть и речи — отметила эксперт по государственным закупкам Международного центра финансово-экономического развития И. Склярова [6].

Закон о ФКС вызывает интерес у специалистов по закупкам, так как благодаря ему могут открыться новые перспективы для развития прочного сотрудничества поставщиков и заказчиков. Независимые эксперты прогнозируют увеличение тендерного рынка и рост его участников, но только в случае принятия дополнительных поправок.

Необходимо заполнить уже выявленные на данном этапе пробелы в нормах, важных для создания крепкой структуры контроля, проработать имеющиеся спорные статьи, чтобы эти недоработки не привели к снижению интереса участников или новому всплеску коррупции.

Литература:

1. Федеральный закон от 5 апреля 2013 г. N 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд»
2. РОССИЙСКАЯ БИЗНЕС-ГАЗЕТА: Торги без правил [Электронный ресурс]: <http://www.rg.ru/2014/01/14/goszakupki.html>
3. Недостатки Закона о ФКС [Электронный ресурс]// <http://uptender.ru/stayi/nedostatki-zakona-o-fks>
4. Россия должна стать первой по эффективности системы госзакупок, и Закон о контрактной системе стал шагом к этой цели [Электронный ресурс]// http://www.fas.gov.ru/fas-news/fas-news_35468.html
5. Недостатки существующей ФКС. Предпосылки к коррупции [Электронный ресурс]// <http://uptender.ru/stayi/nedostatki-sushtestvuyushtey-fks-predposlki-k-korrupsii>
6. Закупки по новым правилам. Особенности и отличия 94-ФЗ от 44-ФЗ [Электронный ресурс]// <http://сроче-годня.рф/~5UOnB>

Различные подходы к определению понятий «основные средства», их «оценка» и «амортизация»

Гарифуллина Алина Арсиновна, студент
Казанский (Приволжский) федеральный университет

Экономическая природа и роль основных средств в производственной и непроизводственной сферах всегда являлись предметом дискуссий среди ученых и специалистов в области экономики и бухгалтерского учета. Множество научных работ посвящено толкованию данной категории, однако до сих пор среди бухгалтеров и экономистов нет единого мнения по вопросу определения экономической сущности основных средств.

Наряду с понятием основные средства экономисты используют понятия основные фонды и основной капитал.

Изучение истории экономических учений показало, что родоначальником этих понятий выступает категория «основной капитал». Понятие «основной капитал» ввел в экономическую теорию шотландский экономист, основатель классической школы политэкономии, Адам Смит.

Существующие подходы к определению и понятию «основной капитал» представлены в табл. 1.

Многообразие трактовок «основной капитал» вытекает из разнообразия сущностных сторон этой экономической категории. В западной экономической мысли наблюдаются несколько подходов к определению основного капитала как экономической категории, однако все они сводятся к мысли, что основной капитал представляется как сумма капитала, вложенного в капитальные активы, который участвует в нескольких циклах производства, т. е. основной капитал полностью отождествляется с основными средствами.

В российской учетной практике основные средства являются частью основного капитала, наряду с нематериальными активами, доходными вложениями в материальные ценности и долгосрочными финансовыми вложениями. Следовательно, равнозначность этих понятий и их взаимозаменяемость невозможна.

В социалистической экономике категория «основной капитал» была исключена из терминологии, и появилось понятие «основные фонды».

Понятие «основные фонды», в отечественной практике используется в экономической литературе и для целей финансового анализа, в бухгалтерском учете же принято использовать термин «основные средства». Однако одни группы ученых-экономистов (Л. И. Ушвицкий, А. В. Мордовкин, А. Ш. Маргулис) рассматривают данные понятия как синонимы и при отражении понятия «основные средства» в скобках указывают «основные фонды». Согласно определению В. К. Складенко и В. М. Прудниковой., основные фонды (основные средства) — это совокупность производственных, материально-вещественных ценностей, которые действуют в процессе производства в течение длительного периода времени, сохраняют при этом на протяжении всего периода натурально-вещественную форму и переносят свою стоимость на продукцию по частям по мере износа в виде амортизационных отчислений.

Другие, такие как А. Д. Шеремет, Л. М. Макаревич, А. М. Литовских придерживаются иного мнения и разграничивают эти категории. Подобное определение дано и в финансово-кредитном словаре под редакцией В. Ф. Гарбузова, где говорится, что основные средства — это денежные средства, вложенные в имеющиеся основные фонды. При этом под основными фондами понимается совокупность созданных общественным трудом материально — вещественных ценностей (в стоимостном выражении), служащих в течение длительного периода и утрачивающих свою стоимость по частям.

Существует множество точек зрения на экономическую природу и сущность основных средств. Однако

Таблица 1. Подходы различных авторов к определению понятий «основной капитал» и «основные средства»

№п/п	Автор	Определение
1	А. Смит (классическая школа)	Основной капитал — капитал, направленный на улучшение земли, покупку полезных машин или инструментов или иных подобных предметов, которые приносят доход или прибыль без перехода от одного владельца к другому или без дальнейшего обращения
2	К. Маркс (марксизм)	Основной капитал — часть производительного капитала, которая целиком участвует в процессе производства и переносит свою стоимость на производимую продукцию долями по мере износа
3	П. Самуэльсон (неоклассический синтез)	Основной капитал — блага длительного пользования, которые, используются в качестве ресурсов в дальнейшем производстве, одновременно является как ресурсом, так и продуктом, на него распространяется право собственности
4	В. К. Скляренко и В. М. Прудникова	Основные средства — совокупность производственных, материально-вещественных ценностей, действующих в процессе производства в течение длительного периода времени, сохраняющие на протяжении всего периода натурально-вещественную форму и переносящие свою стоимость на продукцию по частям по мере износа в виде амортизационных отчислений
5	В. Ф. Гарбузов	Основные средства — это денежные средства, вложенные в имеющиеся основные фонды
6	С. Н. Щадилова, Л. Кураков	Основные средства — средства труда (здания, сооружения, машины и механизмы, инвентарь, транспортные средства) производственного и непроизводственного назначения
7	Б. А. Ройзберг, Л. Ш. Лозовский, Б. Стародубцев	Основные средства — это совокупность материально-вещественных ценностей, используемых в качестве средств труда и действующих в натуральной форме в течение длительного времени (свыше одного года) как в сфере материального производства, так и в непроизводственной сфере

все они сводятся либо к определению основных средств как совокупности материально-вещественных ценностей, используемых в деятельности организации длительное время, либо к пониманию основных средств как денежных средств, вложенных в основные фонды. Однако отделение натурально-вещественной формы от их стоимостного выражения является не совсем корректным.

Как наиболее полное и достоверное, приведем определение С.И. Хорошкова и В.И. Букия: основные средства — это совокупность средств труда в их материально-вещественном и стоимостном выражении, используемых в процессе производства продукции, выполнения работ, оказания услуг либо в административно-управленческих целях, имеющих срок полезного использования свыше одного операционного цикла и постепенно переносящие свою стоимость на вновь создаваемую продукцию в виде амортизационных отчислений [1].

Далее рассмотрим различные подходы к оценке основных средств и активов.

Анализ категорий «оценка» и «стоимость» основных средств позволяет сделать следующие выводы. Понятие «оценка» в бухгалтерском учете появилось в Италии примерно в XIV веке. В этот период применялись различные варианты оценки основных активов. Например, Лука Па-

чоли предлагал два вида оценки: по продажным ценам и по себестоимости. При этом в текущем учете предлагалась оценка по себестоимости формирования актива. Французский исследователь XVII века Ж.П. Савари предлагал вести учет имущества только по фактической себестоимости их приобретения или создания. В России научные труды, посвященные проблемам оценки основных активов, появились в начале XIX века. Такие ученые, как К.И. Арнольд, П.И. Рейнбот, А.В. Проккофьев, отстаивали оценку активов по текущим ценам. Э.А. Мудров, Л.И. Гомберг, И.Р. Николаев, наоборот, считали, что единственно правильной может быть оценка основных средств по себестоимости их формирования.

В современной литературе проблемы оценки основных средств и формирования их стоимости также не потеряли своей актуальности. Например, Я.В. Соколов отмечал, что оценка — это способ денежного выражения учетных в документах хозяйственных операций, который позволяет выразить разнородный вещественный состав средств предприятия в едином денежном измерении. Основываясь на международном опыте, более широкое определение оценке дают Л.И. Хоружий и В.П. Сиднева. Они утверждают, что оценка — это процесс определения стоимости объектов учета, которая отвечает рыночной си-

туации и позволяет наиболее точно сформировать бухгалтерскую отчетность. Таким образом, оценка — это метод бухгалтерского учета, с помощью которого устанавливается реальная стоимость активов, что позволяет более точно формировать бухгалтерскую отчетность организации и оценивать ее финансовое состояние.

Предметом дискуссии ученых являются виды стоимости основных средств. В. Г. Гетьман, К. Ю. Цыганков, В. Г. Ширококов выделяют первоначальную, восстановительную, остаточную стоимость основных средств. Л. И. Хоружий, В. П. Сиднева, М. А. Вахрушина и другие к уже перечисленным видам оценки добавляют оценку по амортизируемой, ликвидационной, дисконтированной и справедливой стоимости. Существует мнение, что в основу классификации видов стоимости основных средств должны быть положены сложившиеся подходы к оценке активов: по исторической стоимости и по текущим ценам на основное средство или основной актив организации.

Таким образом, в новых экономических условиях наряду с традиционными способами оценки основных средств по первоначальной, восстановительной и остаточной стоимости в отечественной практике учета при оценке основных активов целесообразно использовать амортизируемую, ликвидационную, возмещаемую, дисконтированную и справедливую стоимость ОС и активов, как это рекомендуется МСФО (IAS) 16, МСФО (IAS) 41, МСФО (IAS) 36 [5].

Перейдем к исследованию одного из самых неоднозначных и сложных понятий в бухгалтерском учете, понятию «амортизации».

Авторы Хендриксен Э. С., Ван Бред М. Ф. утверждают, что понятие «амортизация» было знакомо бухгалтерам еще с раннехристианского Рима [4]. Данной точки зрения придерживается и исследователь истории бухгалтерского

учета — Кутер М. И. Согласно его мнению, механизм линейного распределения стоимости долгосрочного инвентаря по периодам его использования начал активно применяться в средние века [2].

В работе Вернера Зомбарта (1863—1941) «Современный капитализм» представлено рассуждение о связи двойной записи и бухгалтерии в целом с капитализмом. Ученый связывает зарождение капитализма с появлением прибыли, включающей амортизацию, а также доходы и расходы будущих периодов.

Как бухгалтерский прием амортизация известна с XIV—XV вв. Я. В. Соколов изучая развитие двойной бухгалтерии в Европе, раскрыл представления Джона Меллиса об амортизации. Амортизация — это прямой расход недвижимого имущества (Дебет счета «Прибыли и убытки» Кредит счета «Инвентарь»). В рамках данного подхода, стоимость приобретенного инвентаря списывается равными частями на убыток.

В XIX веке произошло изменение взглядов к определению амортизации, это было вызвано изменением экономических условий. Согласно данному подходу, амортизация является приемом, позволяющим постоянно сохранять основной капитал на одинаковом уровне.

В рамках отечественной учетной мысли остановимся на взглядах двух основных школ:

1. Меновая школа, созданная учеными петербургской школы (Е. Е. Сиверс, А. И. Гуляев, Н. Ф. фон Дитмар), отражала положение, что амортизация понималась как фонд, направляемый на:

- реновацию (т. е. покупка или создание новых объектов основных средств);
- накопление средств для капитального ремонта;
- статья пассива баланса «Амортизационный фонд» — резерв, обеспеченный оборотными средствами.

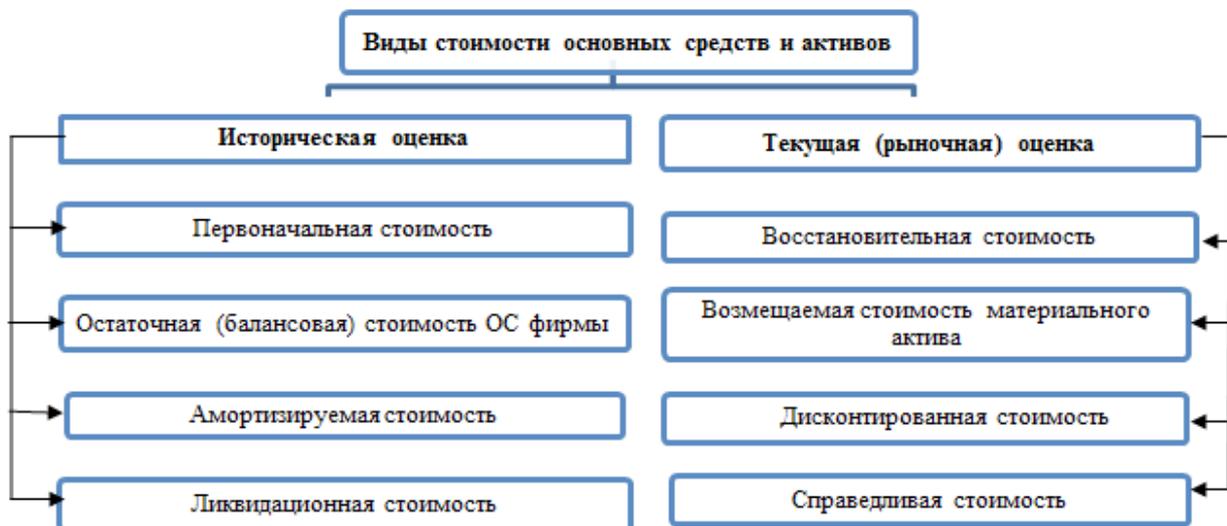


Рис. 1. Классификация видов стоимости основных средств

2. Балансовая школа — создана учеными московской школы (Н.С. Лунский, Г.А. Бахчисарайцев, Ф.И. Бельмер, А.К. Рошаховский) и отражала положение: амортизация является регулятивом.

Изучая материал, представленный в работах, можно сделать вывод о совершенной полярности взглядов русских ученых. Представим мнение крупнейших представителей петербургской школы:

Сиверс Е. Е.: Амортизация — это фонд обновления (ре-новации), создающийся за счет удержания части выручки;

Исаковский Е. А.: Цель начисления амортизации — создание фондов воспроизводства основного капитала;

Смирнов Н. Ф.: Амортизация — это регулярные отчисления на образование специального резервного фонда или капитала, из которого должны черпаться средства, необходимые для поддержания фабрично-заводского имущества в состоянии его производственной годности или для его восстановления.

Взгляды ученых московской школы выражены во мнении Вейцмана Р. Я.: «Амортизация — это не часть прибыли, которая не облагается налогом и из которой не выплачиваются дивиденды, а перенос ранее созданной стоимости на стоимость вновь создаваемую» [3].

Таким образом, амортизацию можно определить как учетно-экономический процесс, включающий:

— постепенное перенесение стоимости объектов основных средств на: себестоимость производимого продукта и расходы периода;

— формирование источника финансирования воспроизводства основных средств при трансформации амортизационных отчислений в денежную форму.

Итак, в данной статье проведен экскурс в историю бухгалтерского учета, приведены разные взгляды на понятия «основные средства», их «амортизация» и «оценка», что, в свою очередь, позволяет лучше понять экономическую сущность данных понятий.

Литература:

1. Коновалова, Н. В., Трифонова Е. Н. Вопросы экономико-правового обеспечения учета основных средств в Российской Федерации // Актуальные проблемы науки, экономики и образования XXI века: материалы II Международной научно-практической конференции, 5 марта — 26 сентября 2012 года: в 2-х ч. Ч. 2/отв. ред. Е. Н. Шереметьева. — Самара: Самарский институт (фил.) РГТЭУ, 2012. — 392 с. ISBN978–5–903878–27–7 — с. 150–164. — <http://www.creativeconomy.ru/articles/25886/>
2. Кутер, М. И. Алгоритм линейной амортизации в средневековье/М. И. Кутер, М. М. Гурская, А. Э. Делиболтоян, Е. С. Зинченко // Международный бухгалтерский учет. — 2012. — №47 (245). — с. 57–63
3. Кутер, М. И. Влияние амортизационных процессов на формирование структуры и величины собственного капитала/М. И. Кутер //Государство и регионы. — 2012. — №1 (2). — с. 35–40
4. Хендриксен, Э. С. Теория бухгалтерского учета/пер. с англ./под ред. Я. В. Соколова/Э. С. Хендриксен, М. Ф. Ван Бреда. — М.: «Финансы и статистика», 2000. — 576 с
5. <http://nalogitax.ru/osnovnyye-sredstva-ocenka-stoimosti-osnovnyh-sredstv-msfoias.html>

Фискальное содержание налога на доходы физических лиц и факторы, влияющие на его поступление

Дедусенко Марина Леонидовна, старший преподаватель;

Прудникова Мария Олеговна, студент

Белгородский государственный национальный исследовательский университет

Впервые налог на доходы физических появился в 10 г. н. э. в Китае при императоре Ванг Манге в виде налога на доход мастеров. Налог взимался с прибыли мастера в размере 10%. Налог на доходы мастеров взимался недолго и после смерти императора был отменён в 23 году н. э. [4]

В России история подоходного налога начинается в 1812 г. с введения прогрессивного процентного сбора с доходов от использования недвижимого имущества. В 1893 г. был введён квартирный налог для квартиросъёмщиков, который взимался по прогрессивной шкале ставок от 1,6 до 10% (в последующем налог на роскошь

и налог на потребление) [4]. В начале 1960-х гг. была предпринята попытка отмены налогообложения заработной платы, был издан Закон СССР от 7 мая 1960 г. «Об отмене налогов с заработной платы рабочих и служащих» [3]. Налоговая система РФ 1992 г. состояла из 60 видов налогов, среди которых был подоходный налог, введённый Законом Верховного Совета РСФСР от 7 декабря 1991 г. №1998–1 «О подоходном налоге с физических лиц». Налог взимался с годового дохода и имел прогрессивную шкалу ставок налогообложения (от 12 до 60%), устанавливались необлагаемые доходы, налогоплательщикам предоставлялись различные налоговые льготы.

С 1 января 2001 г. в Российской Федерации была введена вторая часть Налогового кодекса РФ, которая содержит главу 23 «Налог на доходы физических лиц». НДФЛ относится к федеральным налогам, то есть действующим на всей территории Российской Федерации. По общему правилу в соответствии с Бюджетным кодексом РФ 85% доходов от данного налога подлежат зачислению в бюджет субъектов РФ, 15% поступлений по данному налогу подлежат зачислению в доходы местных бюджетов. Основная ставка НДФЛ, в соответствии с гл. 23 НК РФ, с 2001 г. устанавливалась пропорциональная 13%, также предусмотрены необлагаемые доходы и налоговые вычеты [2].

Налог на доходы физических лиц имеет огромное значение для налоговой системы государства и выполняет фискальную, регулирующую и социальную функцию налогообложения. Поэтому рассмотрим значение данного налога в формировании доходов бюджетов Российской Федерации.

В таблице 1 представлено распределение поступлений от налога на доходы физических лиц по бюджетам разных уровней в соответствии с Бюджетным Кодексом РФ.

Из таблицы 1 видно, что (ст. 50, 56, 61–61.2 БК РФ) доход от НДФЛ распределяется по всем уровням бюджетов Российской Федерации — в федеральный бюджет Российской Федерации, бюджеты субъектов России, бюджеты поселений, муниципальных районов и городских округов. Отчисления зависят от категории налогоплательщика и от статуса территории [1].

Рассмотрим поступления от налога на доходы физических лиц в консолидированный бюджет субъектов РФ и местные бюджеты РФ. В таблице 2 представлены суммы поступления от НДФЛ в консолидированный бюджет РФ, местные бюджеты и общие налоговые доходы данных бюджетов за 2011–2013 гг.

Из таблицы 2 видно, что в 2012 г., по сравнению с 2011 г., поступление НДФЛ в консолидированный бюджет РФ выросло на 13,3%, в местные бюджеты —

Таблица 1. Распределение поступлений от НДФЛ в бюджеты Российской Федерации

Уровень бюджета	Процент отчисления	Всего отчисления	Примечания
Федеральный бюджет	50%	100%	При уплате НДФЛ иностранными гражданами по деятельности на основании патента
Бюджеты субъектов РФ	50%		
Федеральный бюджет	85%	100%	При уплате НДФЛ в бюджет автономного округа
Бюджеты субъектов РФ	15%		
Федеральный бюджет	85%	100%	При уплате НДФЛ в бюджет поселения и муниципального района
Бюджеты поселений	10%		
Бюджеты муниципальных районов	5%		
Федеральный бюджет	85%	100%	При уплате НДФЛ в бюджет межселенной территории
Бюджеты муниципальных районов	15%		
Федеральный бюджет	85%	100%	При уплате НДФЛ в бюджет городского округа
Бюджеты городских округов	15%		

Таблица 2. Поступление НДФЛ в консолидированный бюджет РФ и местные бюджеты за 2011–2013 гг., млрд. руб.

Бюджеты	2011 г.	2012 г.	2013 г.	Абсолютное отклонение (±)		Относительное отклонение (%)	
				2012 г. к 2011 г.	2013 г. к 2012 г.	2012 г. к 2011 г.	2013 г. к 2012 г.
Поступление НДФЛ							
Консолидированный бюджет РФ	1994,8	2260,3	2497,7	+265,5	+237,4	+13,3	+10,5
Местные бюджеты	583,4	656,7	729	+73,3	+72,3	+12,6	+11,0
Всего налоговые доходы							
Консолидированный бюджет субъектов РФ	5237,4	5791,3	5957,6	+553,9	+166,3	+10,6	+2,9
Местные бюджеты	853,6	933,6	1041,7	+80	+108,1	+9,4	+11,6
Доля НДФЛ в налоговых доходах, %							
Консолидированный бюджет РФ	38,1	39	41,9	+0,9	+2,9	+2,4	+7,4
Местные бюджеты	68,3	70,3	69,9	+2	-0,4	+2,9	-0,6

на 12,6%, а в 2013 г. — на 10,5 в консолидированный бюджет РФ и на 12,6% в местные бюджеты. Доля НДФЛ в общем объёме доходов бюджетов РФ от налогов в 2012 г. составила в консолидированном бюджете 39%, что на 0,9% больше, чем в 2011 г, а в 2013 г. — 41,9%, что на 2,9% больше, чем в 2012 г. Доля доходов от НДФЛ в общем доходе от налогов в местные бюджеты в 2012 г. составила 70,3%, что на 2% больше, чем в 2011 г., а в 2013 г. — 69,9%, что на 0,4% меньше чем в 2012 г. Поступление от НДФЛ в консолидированный бюджет РФ и местные бюджеты увеличилось в 2012 г. по сравнению с 2011 г., а также в 2013 г. наблюдался рост поступлений от налога на доходы физических лиц в соответствующие бюджеты Российской Федерации по сравнению с 2012 г.

Так как в бюджеты субъектов РФ поступают доходы от налога на доходы физических лиц, проанализируем региональный аспект динамики поступлений данного налога на примере Белгородской области. Рассмотрим таблицу 3 «Динамика поступлений НДФЛ в консолидированный бюджет Белгородской области за 2010–2013 гг.».

Из таблицы 3 видно, что НДФЛ составляет значительную часть налоговых доходов консолидированного бюджета Белгородской области, например, в 2011 г. — 28,3%, а в 2012 г. — увеличилась на 4,9% (т.е. составила 34,2%), в 2013 г. — составила 39,1%. Поступления налога на доходы физических лиц в консолидированный бюджет Белгородской области возрастали в период с 2010 г. по 2013 г. В 2011 г. поступления по налогу по сравнению с 2010 г. увеличились на 13,7%, что составило 1774 млн. руб., в 2012 г. бюджет пополнился за счёт НДФЛ на 16727 млн. руб., что на 19884 млн. руб. больше, чем в 2011 г. Налоговые доходы 2013 г. по НДФЛ в бюджет Белгородской области увеличились на 1545 млн. руб., что на 9,2% больше показателя 2012 г.

Необходимо проанализировать также влияние различных факторов на динамику налоговых поступлений от НДФЛ в бюджеты различных уровней. Так как налогоплательщиками данного налога являются физические лица — резиденты и нерезиденты РФ, а объектом обложения являются доходы, полученные в натуральной,

денежной форме или в форме материальной выгоды, то целесообразно будет исследовать следующие общеэкономические показатели, которые прямо или косвенно будут влиять на формирование налоговой базы по НДФЛ: среднедушевой денежный доход; среднегодовая заработная плата; численности населения, занятого в экономике; индекс роста потребительских цен (инфляция). Динамика данных показателей по России за 2011–2013 гг. представлена в таблице 4.

Из таблицы 4 видно, что рост среднегодовой численности населения РФ занятого в экономике в 2012 г. на 688,8 тыс. чел. приводит к увеличению среднедушевого денежного дохода на 2278 руб. (23058 руб.). Повышение роста цен на товары и услуги в 2012 г. на 0,5% приводит к росту среднемесячной заработной платы населения на 3260 руб. По сравнению с 2012 г. среднегодовая численность экономически активного населения уменьшилась в 2013 г. на 153,9 тыс. чел., что привело к небольшому росту показателя среднедушевого дохода населения до 23763 руб. (3,1%). Следует обратить внимание, что снижение роста потребительских цен в 2013 г. на 0,1% привело возрастанию показателя среднегодовой заработной платы на 3331 руб. (12,5%).

Влияние экономических факторов на поступление доходов от НДФЛ в бюджет Белгородской области за 2011–2013 гг. представлено в таблице 5.

Из таблицы 5 видно, что между динамикой показателей среднегодовой численности населения занятого в экономике и среднедушевым денежным доходом населения существует прямая зависимость. Рост среднегодовой численности населения занятого в экономике в 2012 г. на 23,7 тыс. чел. (3,2%) приводит к увеличению среднедушевого дохода на 2763,2 руб. (14,7%) по сравнению с 2011 г. Повышение среднегодовой численности населения занятого в экономике в 2013 г. на 20,3 тыс. чел. (2,7%) влияет на рост среднедушевого денежного дохода населения на 9% (1950 руб.) по сравнению с 2012 г. Необходимо отметить, что при увеличении индекса роста потребительских цен должен происходить рост показателя среднемесячной заработной платы, в этом про-

Таблица 3. Динамика поступлений НДФЛ в консолидированный бюджет Белгородской области за 2010–2013 гг., млн. руб.

Показатель	2011 г.	2012 г.	2013 г.	Абсолютное отклонение (±)		Относительное отклонение (%)	
				2012 г. к 2011 г.	2013 г. к 2012 г.	2012 г. к 2011 г.	2013 г. к 2012 г.
НДФЛ	14743	16727	18272	+1984	+1545	+13,5	+9,2
Налоговые доходы всего	52184	48899	46690	-3285	-2209	-6,3	-4,5
Доля НДФЛ в налоговых доходах областного бюджета, %	28,3	34,2	39,1	+5,9	+4,9	+21,1	+14,4

Таблица 4. Динамика экономических факторов, влияющих на поступления НДФЛ в бюджет РФ за 2011–2013 гг.

Показатель	2011 г.	2012 г.	2013 г.	Абсолютное отклонение, ±		Относительное отклонение, %	
				2012 г. к 2011 г.	2013 г. к 2012 г.	2012 г. к 2011 г.	2013 г. к 2012 г.
Среднедушевой денежный доход, руб.	20780	23058	23763	+ 2278	+ 705	+ 11	+ 3,1
Среднемесячная заработная плата, руб.	23369	26629	29960	+ 3260	+ 3331	+ 14	+ 12,5
Среднегодовая численность населения занятого в экономике, тыс. чел.	70856,6	71545,4	71391,5	+ 688,8	-153,9	+ 0,9	-0,2
Индекс роста потребительских цен, %	106,1	106,6	106,5	+ 0,5	-0,1	+ 0,5	-0,1

Таблица 5. Динамика экономических факторов, влияющих на поступления НДФЛ в бюджет Белгородской области за 2011–2013 гг.

Показатель	2011 г.	2012 г.	2013 г.	Абсолютное отклонение, ±		Относительное отклонение, %	
				2012 г. к 2011 г.	2013 г. к 2012 г.	2012 г. к 2011 г.	2013 г. к 2012 г.
Среднедушевой денежный доход, руб.	18799,7	21562,9	23512,9	+2763,2	+1950	+14,7	+9
Среднемесячная заработная плата, руб.	17667,6	20002,1	21473,6	+2334,5	+1471,5	+13,2	+7,4
Среднегодовая численность населения занятого в экономике, тыс. чел.	733,6	757,2	777,5	+23,7	+20,3	+3,2	+2,7
Индекс роста потребительских цен, %	105,5	106,2	106,2	+0,7	-	+0,7	-

является сбалансированность роста доходов населения и цен на товары и услуги на потребительском рынке. Из проведённого анализа видно, что повышение индекса роста потребительских цен в 2012 г. на 0,7% приводит к увеличению показателя среднемесячной заработной платы на 2334,5 руб. по сравнению с 2011 г., а в 2013 г. рост потребительских цен оставался на уровне 2011 г. в 106,2%, но среднемесячная заработная плата возросла на 1471,5 руб. (7,4%).

НДФЛ составляет значительную часть налоговых доходов консолидированного бюджета Российской Федерации, например, в 2013 доля НДФЛ в общих налоговых поступлениях составил 41,9%, а также образует значительную часть налоговых доходов местных бюджетов — 69,9%. В консолидированном бюджете Белгородской области НДФЛ занимает значительную долю дохода, например, в 2011 г. — 28,3%, в 2012 г. — увеличился на 5,9%, а в 2013 г. составила — 39,1%.

Рассмотрим зависимость динамики поступлений НДФЛ в бюджеты РФ от роста среднедушевого денеж-

ного дохода за 2011–2013 гг., которая представлена на рисунке 1.

Из рис. 1 видно, что зависимость между показателями среднедушевого денежного дохода населения и суммой НДФЛ, которая поступила в бюджеты РФ за 2011–2013 гг. является прямой, поэтому при возрастании одного показателя происходит увеличение другого.

Зависимость динамики показателя среднедушевого дохода и поступлений НДФЛ в бюджет Белгородской области за 2011–2013 гг. показана на рисунке 2.

Из рис. 2 видно, что с роста показателя среднедушевого денежного дохода происходит повышение поступления НДФЛ в бюджет Белгородской области на протяжении 2011–2013 гг.

Таким образом, налог на доходы физических лиц составляет значительную часть бюджета, как Российской Федерации, так и Белгородской области. На величину поступление подоходного налога в бюджет оказывают влияние такие экономические факторы, как среднедушевой денежный доход населения (прямое влияние), среднего-

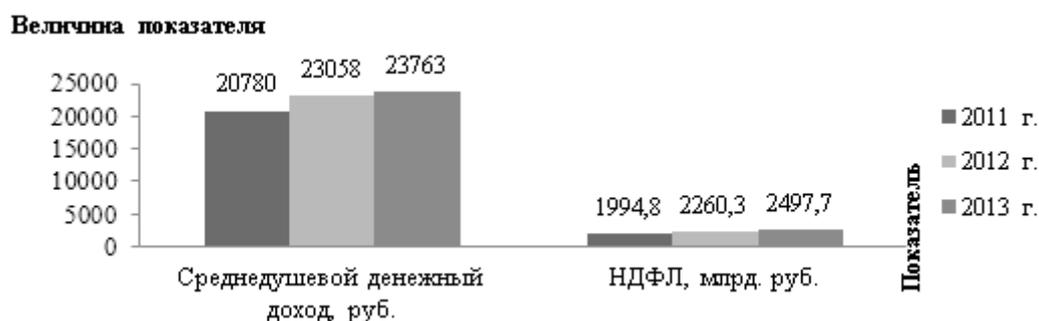


Рис. 1. Динамика среднедушевого денежного дохода и суммы поступления НДФЛ в бюджеты РФ

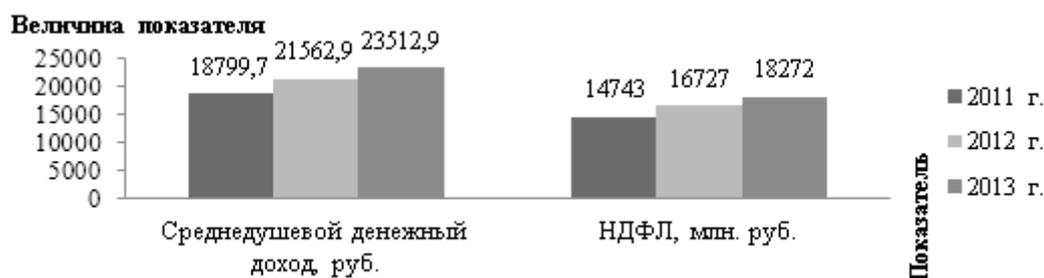


Рис. 2. Динамика среднедушевого денежного дохода и суммы поступлений НДФЛ в бюджет Белгородской области за 2011–2013 гг.

довая заработная плата (прямое влияние), среднегодовой численность населения занятого в экономике (косвенное влияние) и индекс роста потребительских цен (косвенное влияние). Положительное изменение показателя среднегодовой численности населения занятого в экономике

приводит к увеличению значения среднедушевого дохода населения. Следует помнить, что рост индекса потребительских цен должен приводить к увеличению показателя среднемесячной заработной платы, что будет способствовать повышению уровня жизни населения.

Литература:

1. Бюджетный кодекс Российской Федерации [Текст]: федер. Закон от 31 июля 1998 г. № 145-ФЗ // Собрание законодательства РФ. — 1998. — № 31. — Ст. 3823.
2. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) [Текст]: федер. закон от 5 августа 2000 г. № 118-ФЗ // Собрание законодательства Российской Федерации. — 2000. — № 32. — Ст. 3340.
3. Гражданкина, О. А., Гражданкин В. А., Шапошникова, С. В. Сравнительный анализ потенциалов НДФЛ в различных странах [Текст]/О. А. Гражданкина, В. А. Гражданкин, С. В. Шапошникова // Вестник Алтайской академии экономики и права. — 2013. — № 4. — с. 30–32.
4. Рядинская, В. А. Развитие налогообложения доходов физических лиц до XX века [Текст]/В. А. Рядинская // Вестник Казанского юридического института МВД России. — 2013. — № 13 (3). — с. 87–93.
5. База данных показателей муниципальных образований [Электронный ресурс]/Федеральная служба государственной статистики. — Режим доступа: <http://www.gks.ru/dbscripts/munst/munst.htm>.
6. Данные по формам статистической налоговой отчетности [Электронный ресурс]/Федеральная налоговая служба. — Режим доступа: http://www.nalog.ru/rn31/related_activities/statistics_and_analytics/forms/.
7. Федеральный план статистических работ [Электронный ресурс]/Единая межведомственная информационно-статистическая система. — Режим доступа: <http://www.fedstat.ru/indicators/start.do>.

Рынок труда в аграрном секторе экономики Таджикистана и ее управление

Джалилзода Зебо, магистрант
Российский университет дружбы народов (г. Москва)

Для национальной экономики Таджикистана в целом и его отдельных регионов, где в сельской местности проживает более 70 процентов населения, от развития аграрного сектора зависит решение многих социально-экономических проблем, в частности, формирование и усиленное функционирование рынка труда.

Новый этап ведения сельского хозяйства республики, начавшийся с 1992 года и выразившийся в осуществлении экономических реформ, при всей его неопределенности и противоречивости, создал условия для становления многоукладной формы организации труда и производства в сельском хозяйстве (схема 1). Согласно принятым Правительством Республики Таджикистан комплексным мерам именно многоукладная эконо-

номика в ближайшие годы будет играть важную роль в обеспечении занятости населения. [1]

Проводимые реформы и используемые методы проб и ошибок, а также отсутствие ясной стратегии завели аграрное производство в «экономические дебри», которые требуют оценочного подхода и принятия более верных решений.

Однако нельзя отрицать, что в аграрном производстве произошёл ряд коренных изменений, которые в совокупности создают предпосылки для дальнейшего развития отрасли.

Современный рынок труда в Республике Таджикистан характеризуется нарушением баланса между рабочими местами и предложением труда. С одной стороны, идет

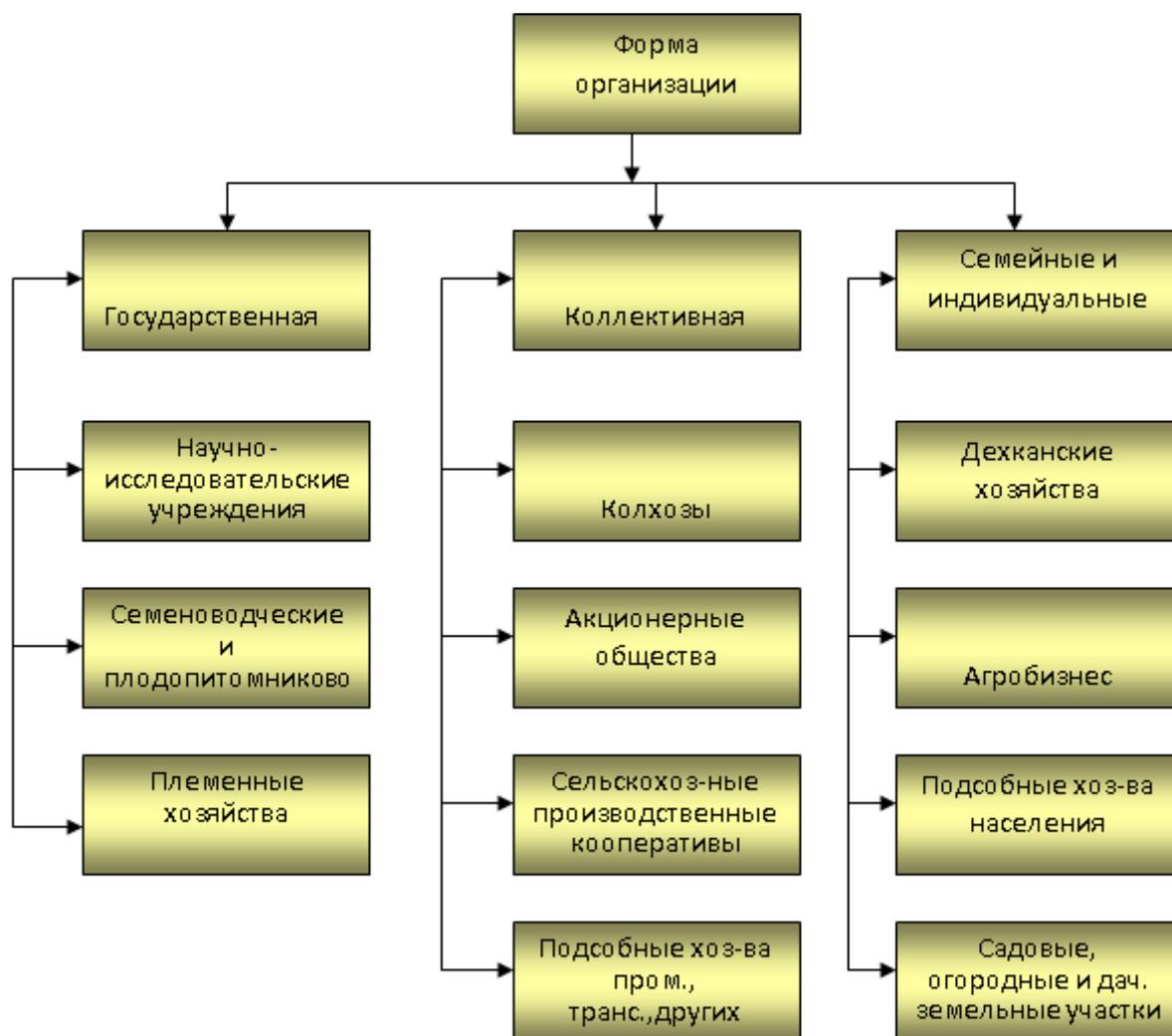


Рис. 1. Формы организации производства и труда в сельском хозяйстве Республики Таджикистан

процесс превращения скрытой безработицы в открытую, а с другой стороны, различия в балансе принимают качественный характер. Происходящие перемены в основном связаны не только с отсутствием рабочих мест, но и несопадением профессиональной и квалификационной подготовки рабочей силы.

Известно, что рынок труда самостоятельно не сбалансирован. Для этого необходимы определенные условия, что требует разработки управляющего механизма. Управляющий механизм в первую очередь включает в себя регулирование государством механизмов рынка труда. Именно учет этих механизмов, в конечном счете, будет обеспечивать совместное функционирование рынка труда как объекта управления и управляющей системы, то есть сбалансированности рабочих мест и предложения труда.

Система управления сбалансированностью рабочих мест и предложением труда как элемент рыночной экономики основывается на использовании экономических методов. При этом использование экономических методов должно эффективно сочетаться с использованием административных и социально-технологических методов управления.

Регулирование рынка труда необходимо в первую очередь применять для создания новых рабочих мест и условий для функционирования существующих рабочих мест.

В системе рынка труда осуществляются также мероприятия по повышению общеобразовательного уровня безработных и обучению профессиям, имеющим устойчивый спрос на рынке труда.

В странах с рыночной экономикой, чем крупнее затраты на активные меры по поддержанию занятости при общих более значительных масштабах финансирования политики рынка труда, тем ниже, как правило, безработица в стране и выше общий уровень трудовой активности населения.

Формирование рынка труда в экономике Таджикистана и в его отдельных регионах должно быть неотъемлемой частью становления рыночного механизма, и его регулирование должно осуществляться путем преодоления спада производства, недопущения массовой безработицы и принятия мер по повышению уровня жизни населения.

С реорганизацией крупных сельскохозяйственных предприятий (совхозы, колхозы и межхозы) республики, в настоящее время в отрасли отсутствует четкая вертикаль соподчиненности органов управления. Региональные органы управления сельским хозяйством не находятся в непосредственном подчинении аппарату Минсельхоза республики. Существенно ослаблено низовое звено управления, разрушены интегральные отношения между предприятиями и торговыми сетями, нечетким оказались распределение функций и взаимосвязь с органами местного самоуправления.

Такое положение дел вызывает необходимость изменения государственной системы управления аграрной

сферы с расширением полномочий Министерства сельского хозяйства республики по выработке и осуществлению целенаправленной государственной политики, нормативно — правовому регулированию агропромышленного производства и реализации произведенной сельскохозяйственной продукции.

Основная роль Министерства сельского хозяйства Республики Таджикистан должна заключаться в формировании и реализации аграрной политики и более эффективном осуществлении тех видов деятельности, которые может выполнять исключительно государство, и избежание тех видов, которые могут осуществляться частным сектором. Министерство сельского хозяйства Республики, областные и районные органы управления сельским хозяйством (далее областные и районные стратегические центры), осуществляя функции управления текущими экономическими процессами, должны стать центром разработки стратегии развития сельского хозяйства, адекватной этой стратегии хозяйственного механизма и разработки системы комплекса маркетинга и прогнозирования.

В связи с этим следует существенно расширить полномочия республиканского органа исполнительной власти, осуществляющего функции по выработке государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере агропромышленного комплекса, которые возложены на Министерство сельского хозяйства республики.

Основным в деятельности стратегических центров областного и районного сельского хозяйства должен стать анализ условий и результатов хозяйственной деятельности дехканских хозяйств, функционирования аграрных рынков, реальной и потенциальной ситуации в продовольственном хозяйстве Таджикистана и на мировых рынках, в соответствии с интересами отечественных сельхозпроизводителей, их информационное обеспечение.

Для этого необходимо:

- совершенствование нормативных правовых документов по регулированию деятельности Министерства сельского хозяйства;

- определение вида связи с фермерами;

- разделение роли Министерства сельского хозяйства и частного сектора;

- создание государственное информационного консультационного центра и оперативно информационных сетей.

- разработка единого подхода для развития сельского хозяйства совместно с Агентством по улучшению земель и мелиорации, Государственным Комитетом по земельной политике и геодезии Республики Таджикистан, агентством статистики при Президенте Республики Таджикистан.

Так как Республика Таджикистан расположен в зоне орошаемого земледелия управление водными ресурсами в системе водоснабжения занимает особое место.

Для совершенствования управления оросительными системами в Республике Таджикистан необходимо ввести систему интегрированного управления водными ресурсами (ИУВР).

В первую очередь Агентство по улучшению земель и мелиорации Республики Таджикистан создаёт 5 бассейновых управлений оросительными системами (БУОС), Ответственность по управлению, содержанию и эксплуатации оросительной системы, в том числе, самостоятельное определение тарифа оплаты услуги водоподачи возлагается совместно на БУОС и представителей водопользователей.

На БУОС также возлагаются обязанности сотрудничество и помощь Ассоциациям водопользователей (АВП) и Федерации ассоциаций водопользователей.

Ассоциации водопользователей по истечении первого периода реформы водного хозяйства расширяют свою деятельность и берут на себя основные обязанности ныне существующих районных управлений водного хозяйства.

Для обеспечения устойчивой деятельности Ассоциаций водопользователей считается нужным создать совместные Ассоциации водопользователей.

Круг деятельности этих ассоциаций должен охватить все стороны деятельности необходимые для устойчивого развития дехканских хозяйств.

Литература:

1. www.economy-lib.com — Рахимов Ф. С «рынок труда в аграрном секторе экономики Республики Таджикистан»

Проблемы маятниковой миграции

Дубейко Илона Владиславовна, студентка
Санкт-Петербургский государственный экономический университет

В статье рассматриваются вопросы маятниковой миграции: влияние данного процесса на развитие крупных и малых городов. Также анализируются факторы, определяющие уровень маятниковой миграции в небольшом населенном пункте на примере Соснового Бора.

Ключевые слова: маятниковая миграция, трудовые ресурсы, безработица, мобильность.

Problems of circular migration

The article discusses the impact of circular migration process in the development of cities and towns. Also, it analyzes the factors determining the level of commuting in a small village like Sosnovy Bor.

Keywords: circular migration, workforce, unemployment, mobility.

В широком смысле миграция связана с перемещением людей из одного региона (страны) в другой с целью поиска новых возможностей и повышения качества жизни. Оно сопровождается пересечением как внешних границ государства, так и внутренних границ административно-территориальных образований [1].

Миграция затрагивает все регионы мира, а многие страны сегодня одновременно являются странами происхождения, пребывания и транзита. Закончив с обозначением самого понятия миграции, хочется перейти к рассмотрению более узкой проблемы, присущей современной России — это проблема маятниковой миграции. Этот процесс появился и получил развитие в период урбанизации, когда между городской и сельской культурами пропасть стала наиболее явной. Если раньше, до момента роста в городах промышленности, люди в России в основном были заняты натуральным хозяйством, то после

появления тракторов и машин производительность труда выросла в несколько раз, и необходимость в человеческих руках уменьшилась. Люди в поисках работы начали выезжать в ближайшие города, чтобы прокормить свою семью. Роль города в развитии общества повысилась. Так и появилась маятниковая миграция в России.

Маятниковая миграция представляет собой регулярные поездки определенной части населения из одного пункта назначения в другой и обратно [7]. Данные пункты расположены в разных населенных пунктах. Маятниковая миграция появляется в основном из-за несоответствия расположения производства и расселения людей. Маленькие города не могут похвастаться изобилием предложений трудоустройства. Это связано со многими факторами, которые вносят свою лепту во всё более распространяемый миграционный процесс. Так или иначе, размер города, специализация и его населенность людьми — это исто-

рически сложившиеся показатели, на которые трудно повлиять извне. Они, тем или иным образом, поворачивают экономическое, политическое и социальное развитие на определенный путь, которого в дальнейшем будет придерживаться город. Однако чаще всего происходит так, что в маленьком городе развивается в полную силу лишь один-два сектора. В других областях динамика создания рабочих мест существенно отстает от предложений труда, а существующие вакансии не привлекают граждан с точки зрения характера работы, а чаще — оплаты труда. Это очень сужает круг интересующих вакансий, в которых человек мог бы и хотел себя проявить. Решением данной проблемы выступает такой процесс, как маятниковая миграция. Нужно искать предложения, где человек может задействовать в полной мере свои способности. Это и побуждает его к поиску работы за пределами постоянного места проживания.

Изобилием рабочих мест практически всегда оказывается ближайший крупный город. Его экономическая мощь может похвастаться наличием организаций и предприятий разнонаправленной специализации. Здесь человек точно сможет найти ту область, в которой возможно задействовать свои навыки и способности. Образовывается обстановка для удовлетворения всевозможных потребностей в труде поселенцев небольших населенных пунктов, где количественно и даже качественно ограничено предпочтение в рабочих местах. Маятниковые мигранты повышают численность и меняют структуру трудовых ресурсов городов — центров притяжения, где количество рабочих мест превосходит собственные ресурсы труда или не отвечает профессионально-квалификационному составу населения. Процесс маятниковой миграции наиболее характерен для тех регионов, ядром которых являются крупнейшие города. Образовываются целые агломерации, объединяющие множество пригородных районов и небольших населенных пунктов вокруг единого центра, являющегося экономической базой целого региона. Возросшая мобильность ресурсов, качественные сдвиги в информационных и транспортных связях обеспечивают впечатляющие изменения в пользу развития города. Имеет место перераспределение средств, выгодное административным центрам, что влияет на экономическую, а также социокультурную природу региона.

Маятниковая миграция появляется в обществах, в которых доступ к современным транспортным средствам дает возможность людям проживать далеко от места своей работы или обучения. До XIX в. большее число людей проживало в «границах пешего хода» от местонахождения работы или обучения. Развитие городов в 18–19 веке означало сосредоточение на одной и той же территории больших человеческих масс. Такой интенсивный путь развития был на тот момент прогрессивным, потому что концентрация людей, во-первых, способствовала значительному росту производительности труда, во-вторых, отвечала требованиям концентрации производительных ресурсов, происходившей под воздействием научно-тех-

нического прогресса. В этот период основой формирования города являлась обычная миграция. Появление маятниковой миграции произвело огромное воздействие на жизненный уклад, дало возможность городам вырасти до таких размеров, о которых раньше никто и предполагать не мог, привело к расцвету пригородов и окраин. При опережающем развитии транспорта маятниковая миграция ведёт к стремительному экстенсивному росту городов, застройке пригородов и образованию новых районов [3]. Городская среда при этом сильно меняется, центр резко контрастирует с окраинами, подсознательно отделяясь от последнего в экономическом и социальном плане. Население агломерации быстро увеличивается за счёт притока мигрантов в застраиваемые пригороды. В дальнейшем, при замедлении развития транспорта, которому сопутствуют автомобильные пробки и работа в режиме перегрузок, развитие города осуществляется медленнее и гармоничнее.

Как и любой другой процесс, маятниковая миграция имеет свои положительные и отрицательные стороны. Она является важным источником формирования трудовых ресурсов в городах, в значительной мере обеспечивая сбалансированное и рациональное использование трудовых ресурсов. Такой вид миграции существенно снижает уровень безработицы, дав возможность каждому человеку устроиться на работу, которая в большей части будет соответствовать его существующим потребностям. В данные потребности можно включить удовлетворение физиологических потребностей, обучение, покупку квартиры либо других предметов роскоши, содержание семьи и др. С точки зрения работодателей, маятниковая миграция дает возможность сократить затраты на выплату заработной платы, так как есть возможность нанять более дешёвую рабочую силу. Другой вопрос, отразится ли это на качественном уровне выполнения работ и профессиональной подготовке работников. Государство рассматривает маятниковую миграцию, как выгодный способ снижения издержек на выплату пособий по безработице, снижения издержек производства товаров и услуг за счёт низкой цены труда, снижения нагрузки и на работников служб занятости населения. Можно сказать, что нынешняя мобильность населения в большей степени положительно отражается на развитии главных экономических центров регионов. Маятниковая миграция регулирует рост численности населения, являясь, прежде всего, средством ограничения чрезмерного роста центра города. Она также обеспечивает оптимальное и гибкое (в пространстве, времени и объёмах) соединение труда и капитала. Однако что на этот счёт думают пригородные населенные пункты и соседние небольшие города? Как на них влияет маятниковая миграция? Постепенно возникает конфликт между центром и пригородной частью — соседние небольшие города теряют свою самостоятельность из-за некой трудовой зависимости от ядра региона. Часто возникают серьезные разрывы в уровне жизни, которые ведут к неустойчивости и дисбалансу экономики региона.

Чтобы избежать таких последствий, необходимо тщательно изучить процесс маятниковой миграции в регионе либо в конкретном интересующем населенном пункте.

Основная проблема изучения данного вида мобильности трудовых ресурсов заключается в том, что учесть маятниковых мигрантов очень сложно [5]. Классическим способом учета являются исследования в виде проведения опросов и анкетирования. Однако сразу после обозначения способа исследования столкнемся с некоторыми трудностями и проблемами: высокая стоимость мероприятия (под этим подразумевается печать анкет и листовок, оплата труда занятых в данном исследовании), организационные проблемы и проблема достоверности информации (т.е. не все граждане готовы рассказать о своем статусе мигранта). Поэтому в России подобные мероприятия практически не проводятся.

Среди населенных пунктов, столкнувшихся с данной проблемой, находится город Сосновый Бор. В связи с трудностью сбора данных о маятниковой миграции, очень тяжело определить пути решения негативного влияния этого процесса на развитие муниципального образования и установление некоей экономической и трудовой стабильности. В Администрации городского округа прозвучал такой вопрос: что можно и нужно сделать, чтобы жители города работали в Сосновом Бору, а значит пополняли городскую казну налогами и другими результатами своего труда. Эксперты в общем выделяют три основные причины данного вида перемещения: безработица, отсутствие подходящей работы и низкий заработок. Но, если в городе Сосновый Бор такой показатель, как безработица, является очень несущественным (на 2013 год уровень безработицы — 0,3% от численности экономически активного населения города и находится в пределах фонового значения, в то время как в России этот показатель равен 5,6%), довольно широкий выбор вакансий (городской банк вакансий на 1 января 2014 года насчитывает 2047 вакансий, что составляет 19 вакансий на одного безработного), а среднемесячная заработная плата работников списочного состава крупных и средних организаций округа за 2013 год выросла на 13,1% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года и составила 44241 руб [6], почему проживающие на территории города

люди пытаются подыскать себе работу вне города? Рядом с Сосновым Бором находится Санкт-Петербург, который является одним из крупнейших городов Российской Федерации, привлекая население пригородов своими социальными и экономическими возможностями. Хотя для Соснового Бора города и характерен довольно неплохой средний уровень заработной платы, многие люди пытаются найти работу вне дома. Это из-за того, что заработная плата по аналогичным профессиям в данном городе и Санкт-Петербурге различается в пользу последнего. Поэтому даже ежедневные затраты времени и денежных средств на поездку к месту работы не являются сдерживающим фактором для маятниковых мигрантов. Для примера представлена таблица 1 о средней заработной плате по видам деятельности.

Особо заметна разница в оплате труда в Сосновом Бору и в Санкт-Петербурге. Хотя это касается не всех видов деятельности. Например, в строительстве и производстве и распределении электроэнергии, газа, воды средняя заработная плата по Сосновому Бору выше. Это, скорее всего, напрямую связано с расположением в городе атомной электростанции и строительством новой, так как для строительства атомной электростанции требуется намного больше квалифицированных специалистов, чем для строительства жилых многоэтажных домов. ЛАЭС является градообразующим предприятием, поэтому значительная доля населения Соснового Бора работает именно там. На атомной электростанции наличие высокооплачиваемых специальностей повышает средний уровень заработной платы. Эти факторы и влияют на уровень средней заработной платы по данным видам деятельности. В Сосновом Бору сохраняется значительная дифференциация уровня оплаты труда работников различных видов экономической деятельности. Поэтому далеко не все имеют возможность удовлетворить собственные потребности, начиная от саморазвития, заканчивая оплатой жилья и пищи. Чтобы исправить данную ситуацию, жители города, для которых она характерна, выезжают за его пределы, чтобы найти работу, хотя бы частично удовлетворяющую потребности. Для характеристики дифференциации уровня доходов населения можно использовать коэффициент Джини, который представлен в таблице 2.

Таблица 1. Средняя заработная плата по видам экономической деятельности

Вид деятельности	Средняя заработная плата в г. Сосновый Бор, руб.	Средняя заработная плата в г. Санкт-Петербург, руб.
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	61920	44420
Научные исследования и разработки	50581	53836
Строительство	49843	29360
Сельское хозяйство	16762	29567
Организации, занятые операциями с недвижимым имуществом, арендой и предоставлением услуг	20727	43240
Образование	24719	33481

Таблица 2. Характеристика дифференциации денежных доходов населения

	Децильный коэффициент фондов, в раз	Коэффициент Джини
2000	13,9	0,395
2001	13,9	0,397
2002	14	0,397
2003	14,5	0,403
2004	15,2	0,409
2005	15,2	0,409
2006	15,9	0,415
2007	16,7	0,422
2008	16,6	0,421
2009	16,6	0,421
2010	16,6	0,421
2011	16,2	0,417
2012	16,4	0,420

В Росстате имеются данные в общем по России, но можно предположить, что ситуация, имеющая место по всей Российской Федерации, характерна и для Соснового Бора. Коэффициент Джини свидетельствует о степени расслоения общества нашего государства. Критическое его значение: 0,35–0,38. Как и упоминалось раньше, на сегодняшний день мы имеем очень развитую транспортную систему. Не составит никакого труда до-

ехать до пункта назначения. Ежедневно курсируют маршрутные такси от Соснового Бора в разные районы Питера, что естественным образом упрощает способы добраться до места работы. Кроме того, значительно увеличился парк личного автотранспорта. Этот фактор намного повышает мобильность населения, способствуя развитию маятникового процесса.

Литература:

1. Валентей, Д.И. Демографический энциклопедический словарь/Д.И. Валентей. — М: Советская энциклопедия.
2. Рыбаковский, Л.Л. Миграция населения (вопросы теории): монография/Л.Л. Рыбаковский. — М.: ИСПИ РАН, 2003.
3. Соболевская, О. Маятниковая миграция снижает качество жизни в регионе [Электронный ресурс]. — URL: <http://орес.ru/1575441.html> (дата обращения: 01.04.2014)
4. Доклад об оплате труда в Санкт-Петербурге и Ленинградской области за 2013 год [Электронный ресурс]. — URL: http://petrostat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/petrostat/resources/6b157180436aa67d96ced774665da2b8/OPL4KV13.pdf (дата обращения 13.04.2014)
5. Зачем и как изучать маятниковую трудовую миграцию [Электронный ресурс]. — URL: <http://demoscope.ru/weekly/2013/0569/tema01.php> (дата обращения: 05.04.2014)
6. Информация о социально-экономическом развитии Сосновоборского городского округа за 2013 год [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.sbor.ru/econom/?menu=304> (дата обращения: 13.04.2014)
7. Маятниковая миграция [Электронный ресурс]. — URL: <http://ru.wikipedia.org/>(дата обращения: 01.04.2014)

Современное состояние и перспективы развития молочной промышленности РФ

Ермакова Екатерина Евгеньевна, студент;
Атабаева Шахло Анваровна, кандидат экономических наук, доцент
Московский государственный университет пищевых производств

Российский рынок молочной продукции является составной частью российской пищевой промышленности. Пищевая промышленность играет огромную роль в экономике любой страны. В настоящее время российская пищевая промышленность объединяет в себе 25 тыс. предприятий, а её доля в объёме российского производства составляет более 10%.

Молочная промышленность — отрасль пищевой промышленности, объединяющая предприятия по выработке продукции из молока. При этом возможность и уникальность масштабов производства молочных продуктов определяют и определяют численность человечества, его генетический и творческий потенциал. По питательным свойствам молоко представляет собой наиболее совершенный вид продовольствия; состав питательных веществ в нем почти идеально сбалансирован.

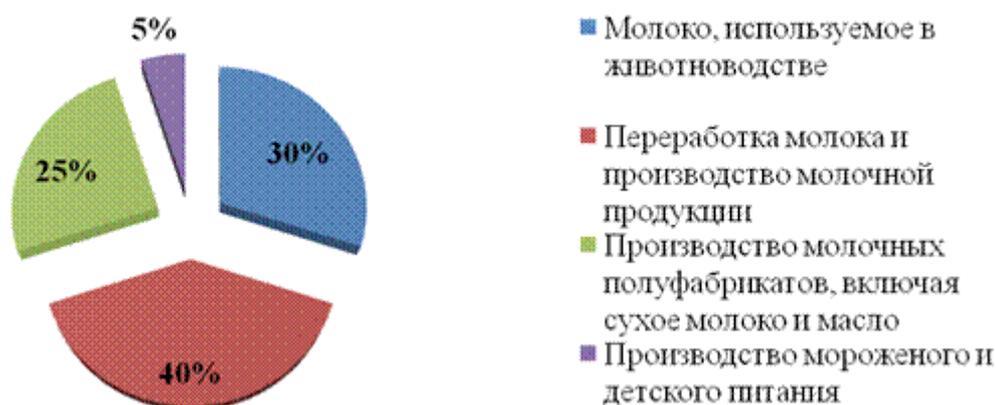
Современные молочные комбинаты или заводы осуществляют комплексную переработку сырья, выпускают широкий ассортимент продукции, оснащены механизированными и автоматизированными линиями по розливу продукции в бутылки, пакеты и другие виды тары, пастеризаторами и охладителями, сепараторами, выпарными установками, сыроизготовителями, автоматами по расфасовке продукции. [4]

Значительная доля российского молока предназначена для переработки и производства молочной продукции.

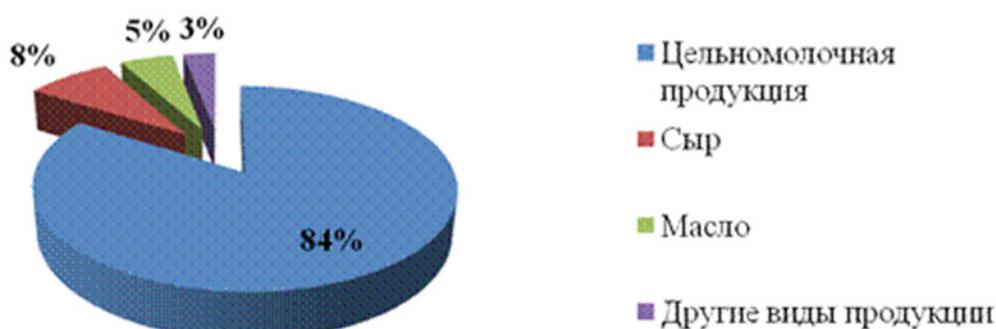
Структура распределения молока в России в основных сегментах рынка выглядит следующим образом:

- Молоко, используемое в животноводстве — 30%;
- Переработка молока и производство молочной продукции — 40%;

**Структура потребления молока по сегментам рынка
(доля рынка, %)**



**Структура рынка в натуральном выражении
(в % от объема рынка)**



— Производство молочных полуфабрикатов, включая сухое молоко и масло — 25 %;

— Производство мороженого и детского питания — 5 %; [1]

Доля цельного молока на рынке составляет около 84 % в количественном выражении.

Следующими по значимости для потребления видами молочной продукции являются сыр, занимаемая доля рынка около 8 %, затем масло с долей рынка 5 %.

При этом важно отметить, что за последние пять лет потребление сыра в России возросло в три раза. [1]

На фоне роста всего объема молочного рынка и значительного прироста сырного сегмента, потребление масла и цельного молока растет намного медленнее, рост составляет примерно 6–8 % в год.

В 2009 г. потребление упало после некорректной пиар-кампании, связанной с принятием Технического ре-

гламента на молоко. Так, потребители уверенно полагали, что все представленное на рынке молоко не натуральное.

Очередным немаловажным трендом, препятствующим росту физических объемов продаж молока, стало изменение культуры потребления молока. В последние 10–15 лет в связи с активной рекламой произошли процессы замещения молока в рационе россиян другими продуктами, такими, как соки, сладкие безалкогольные напитки (Coca-Cola и др.), пиво.

Исходя из сказанного выше, потребительский спрос в последние годы стал снижаться, превращаясь в фактор, сдерживающий развитие молочного рынка Российской Федерации (рисунок 1). [2]

Если сравнивать потребление в России с другими странами, также можно отметить значительное недовыполнение показателей.

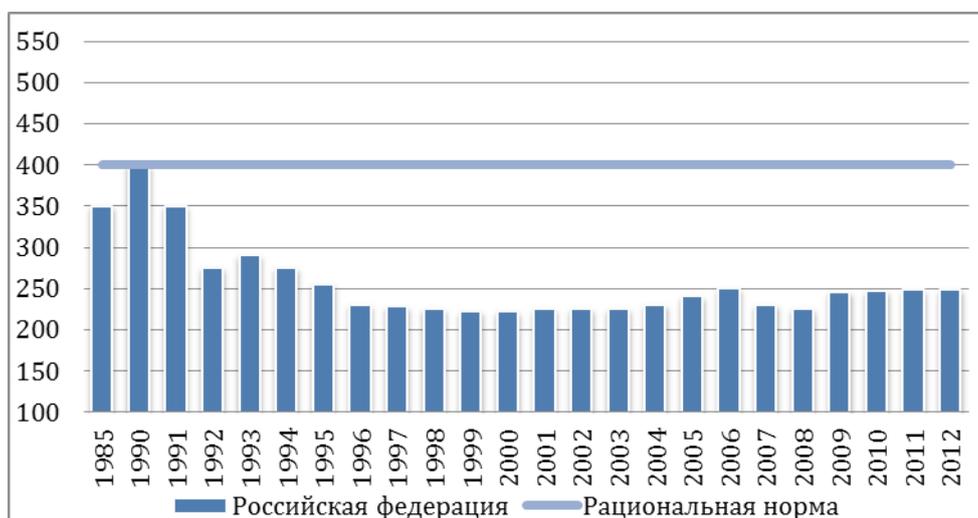


Рис. 1. Потребление молока на душу населения в России относительно норматива

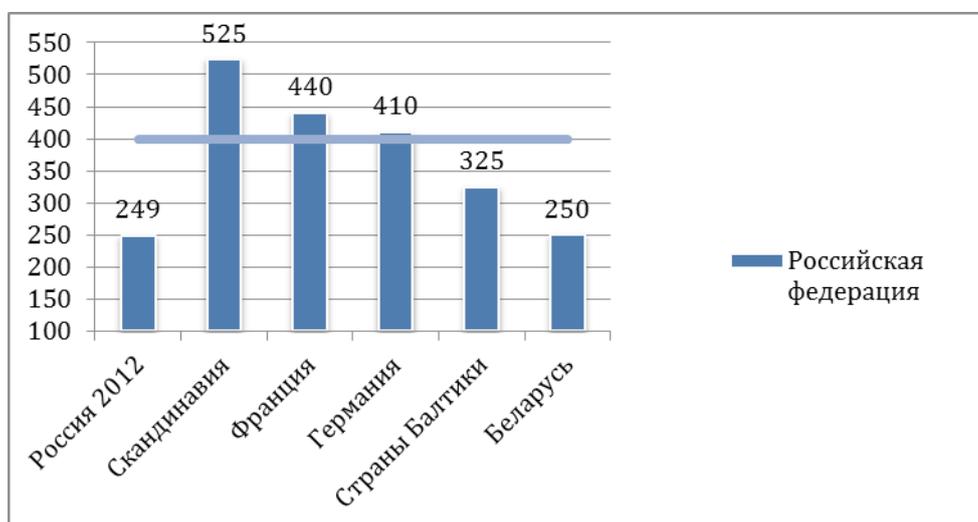


Рис. 2. Потребление молока на душу населения в России относительно норматива и других стран

Таким образом, обнаруживается потенциал роста спроса и потребления при наличии адекватного предложения молочных продуктов на рынке. [2]

Молочный комплекс является одним из важнейших составных частей АПК, главной задачей функционирования которого является удовлетворение потребностей общества в молочной продукции при определенном уровне доходов населения.

Именно поэтому перспективы роста рынка молочной продукции можно оценить положительно. Важнейшими факторами роста объемов рынка являются:

- Тенденция роста реальных доходов населения
- Потенциал емкости рынка, связанный с низким текущим уровнем потребления молочных продуктов по сравнению с уровнем потребления в странах Европы
- Интерес к здоровому образу жизни
- Приверженность населения России к молочным продуктам

Эти факторы являются источником увеличения спроса на молочную продукцию в ближайшей перспективе.

Литература:

1. Федеральная Служба Государственной Статистики
2. Лабинов, В.В. Ситуация в мировом и российском рынках молочных продуктов/В.В. Лабинов // Молочная промышленность. — 2006. — № 11.
3. Петрова, Ю.В. «Развитие рынка молочной продукции» Вестник СамГУ 2007, №5/1
4. Алексеева, М.М. Планирование деятельности фирмы. — М.: Финансы и статистика, 2010. — 318 с.

Объекты управления спортивно-событийным туризмом

Житлов Александр Михайлович, магистрант

Институт туризма и международных экономических отношений Санкт-Петербургского государственного экономического университета

Туристский бизнес активно использует спортивные события для формирования туристского продукта и привлечения туристов.

Спортивно-событийный туризм (ССТ) — современное направление турбизнеса, специализирующееся на организации туров на крупные и памятные мероприятия, яркие события, которые вызывают интерес у широкой аудитории и имеют условия для предоставления широкого спектра услуг.

Как и любая система, спортивно-событийный туризм имеет свои субъекты и объекты управления. В данной статье, мы рассмотрим объекты управления спортивно-событийного туризма, то есть, кто является потребителями услуг данного направления деятельности, на примере Санкт-Петербурга и Ленинградской области.

Объектами управления в спортивно-событийном туризме служат: частные и юридические лица, потребители услуг данного рода.

Спрос на молочную продукцию удовлетворяется российскими и иностранными производителями, причем доля импорта в отдельных сегментах рынка неуклонно растет. Следовательно, дополнительной возможностью расширения рынка для отечественных компаний является импортозамещение.

Российский молочный рынок активно расширяет ассортимент предоставляемой молочной продукции. Эксперты прогнозируют постепенное снижение потребления традиционных молочных продуктов (сметана, ряженка, простокваша) в пользу обогащенных современных продуктов (биокефир, биомолоко, биоюгурт). Перспективны также любые десертные молочные продукты, которые люди потребляют не для утоления голода, а для удовольствия. И это прежде всего связано с увеличением дохода населения. Общий объем этих продуктов будет расти не только за счет увеличения количества новых потребителей, но и за счет роста частоты потребления постоянными покупателями этой категории продуктов. [3]

Рассматриваемые в работе Санкт-Петербург и Ленинградская область, входят в число популярных российских центров спортивно-событийного туризма. Соотношение внутренних и внешних туристов в регионах сохраняется стабильным (колеблется на рубеже 50%). Однако, после 2009 года, проявилась тенденция к медленному росту внутренних туристов.

В 2012 году общий туристический поток в регион достиг 3,2 млн. человек. Планируется, что до 2016 года он будет расти и достигнет 4,8 млн. туристов в год [8, с. 10–11].

Всех туристов, потребителей услуг ССТ можно разделить на несколько сегментов: молодежь (до 25 лет), средний возраст (25–55 лет) и старшее поколение (больше 55 лет) [6].

Представители названных сегментов становятся основными потребителями продуктов в сегменте спортивно-событийного туризма.

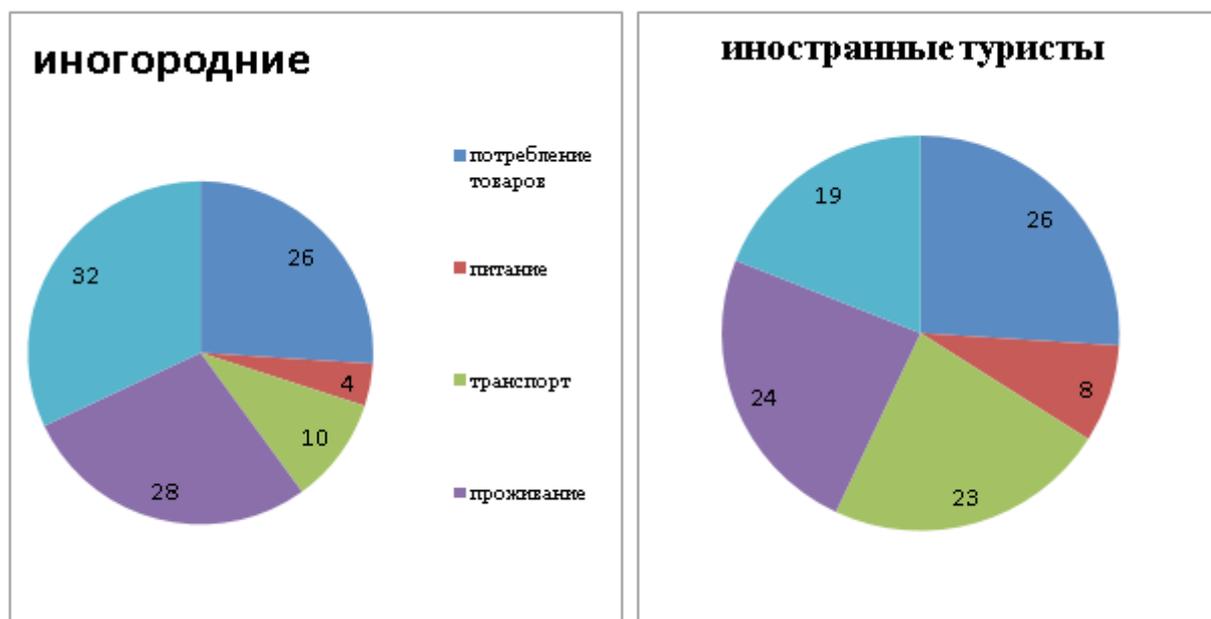


Рис. 2.1. Структура расходов иногородних иностранных туристов в Санкт-Петербурге и области, % [3]

Структура расходов туристов представлена на рисунке 2.1.

На диаграммах четко видно, что сегмент, к которому относятся услуги спортивно-событийного туризма — «развлечение, посещение событийных мероприятий» занимает значимую долю в расходах. Так, в структуре иногородних туристов эта статья составляет до 32%, а у иностранных туристов — 19%.

Всех клиентов, бронирующих спортивные или событийные туры в России, можно разделить на три группы: клиент-болельщик, клиент-любитель и корпоративные клиенты. Первая группа — это «профессионалы». Они отслеживают все спортивные мероприятия, точно знают, когда и куда хотят поехать, как удобнее организовать маршрут и какая категория билетов необходима. Клиент-любитель, напротив, предпочитает, чтобы ему подобрали подходящий вариант. Корпоративные клиенты — группа любителей какого-либо спорта, которые объединяются для совместного посещения значимых событий [8, с. 10–11].

Целевая аудитория ССТ в мире — активные туристы с доходом выше среднего, имеющие богатый опыт путешествий, а также компании, состоящие из нескольких человек (очень часто люди объединяются в небольшие группы для посещения спортивных событий) [2, с. 79].

В России целевая аудитория ССТ совпадает с общемировой практикой. В таблице 2.1 предложена характеристика целевой аудитории ССТ России.

Таким образом, целевая аудитория ССТ — молодежно-зрелая (40% клиентов до 30 лет и 60% клиентов 25–45 лет) дифференцируется по 2 категориям: спортивные фанаты (эконом-класс) и болельщики с доходом выше среднего уровня, требующие соответствующего качества услуг.

При выборе спортивно-событийного тура для целевой группы определяющее значение имеет сочетание факторов. В системе спортивно — событийного туризма выявлены взаимные соотношения ее компонентов и их связи с внешней средой, такие как требования к содержательной части поездки (рис. 2.3.). Так, по мнению А.В. Конова особенностями приверженцев ССТ является:

- ориентация на невысокую стоимость поездки;
- необходимость наличия в поездке большого числа разнообразных спортивно-событийных экскурсий;
- мобильность и выносливость.

Явной проблемой туризма региона является его сезонность. Так, для зимнего периода характерен минимальный спрос. Основная доля спроса приходится на период «белых ночей». Это легко объяснимо с точки зрения уникальной привлекательности города в этот период. Это происходит в связи с недостаточно развитым альтернативных направлений туризма, Одним из них может стать спортивно-событийный, который не имеет сезонности, но причине слабого развития, пока не может кардинально решить проблему сезонности.

Корпоративные потребители услуг ССТ — турфирмы. В настоящее время в Санкт-Петербурге действуют около 700 компаний. Из них внутренним туризмом занимаются 560 компаний. Многие компании специализируются на событийном туризме, из них в сегменте спортивно-событийного туризма на внутреннем рынке работают единичные турфирмы. В регионе разработаны специальные пакеты ССТ. Например, фирма «Солвекс» предлагает пакет «Болельщик» (поездки на чемпионаты мира по хоккею). Существуют турфирмы, которые оказывают услуги по организации поездок на игры болельщиков «Зе-

Таблица 2.1. Характеристика целевой аудитории спортивно-событийного туризма

Критерий сегментирования	Основные характеристики	доля, %
Пол	Большая часть туристов — мужчины	75
Возраст	От 25 до 45 лет	60
Доход	Выше среднего	55
Род занятий	Служащие (менеджеры, руководящие работники среднего звена, клерки, агенты по продажам)	75
Образование	Неполное высшее, высшее	90
Общественный класс	Средний класс — бизнесмены, госслужащие, делающие карьеру. Уровень дохода выше среднего. Жизненная позиция достаточно активная. Покупательская способность чуть выше среднего.	70
Город	Крупные города РФ — более 1 млн. человек	70
Личностная концепция (тип личности)	Творческий — характерен артистизм, хорошо развитое воображение. Данная аудитория воспринимает событие на уровне эмоций, хорошо усваивает визуальную информацию.	-
Степень использования предлагаемой услуги	Средняя степень приверженности продукции характеризуется отсутствием стойкого предпочтения данной услуге и конкретной турфирме. Эта аудитория принимает решение в зависимости от имеющихся мотивов.	-

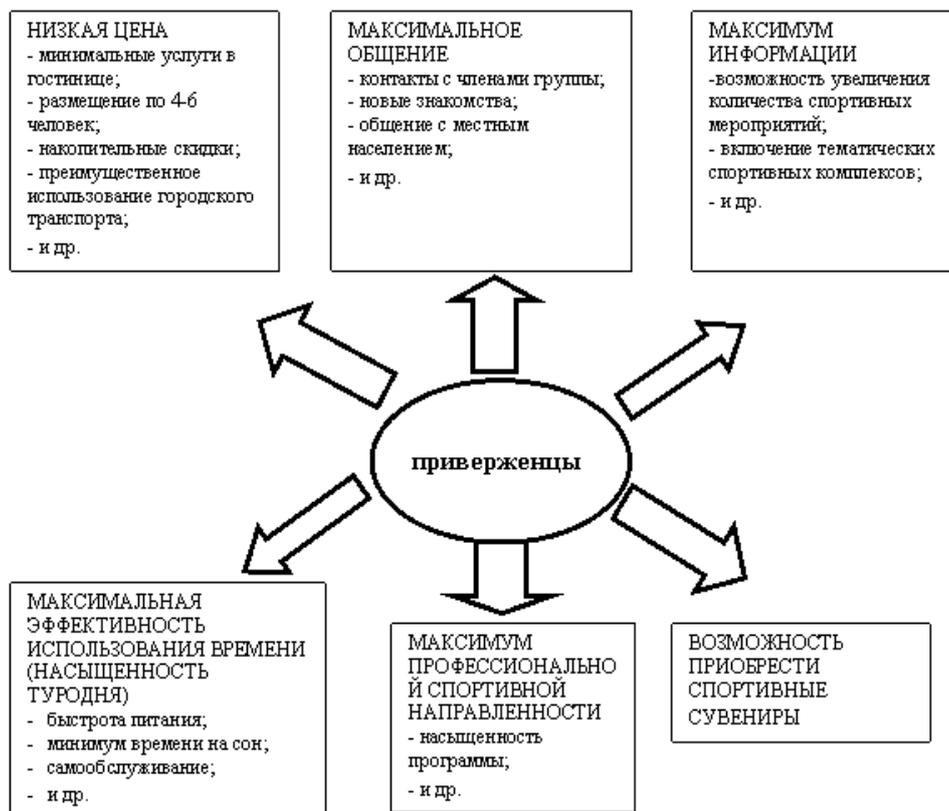


Рис. 2.2. Требования приверженцев к туристской поездке со спортивно-событийными целями [5, с. 13]

нита» и хоккейного «СКА». В целом, следует признать, что этот сегмент рынка в регионе развит очень слабо.

На местные события ориентированы только несколько компаний. Например, существует возможность заказа тура на такие мероприятия: Кубок мира по современным

танцам «Русские звезды» (турфирма «Турпрестиж»), Международные соревнования по спортивным бальным танцам «ST. PETERSBURG OPEN–2011» («Турпрестиж»), Санкт-Петербургская международная конная выставка «ИППОСФЕРА–2011». Открытые конно-

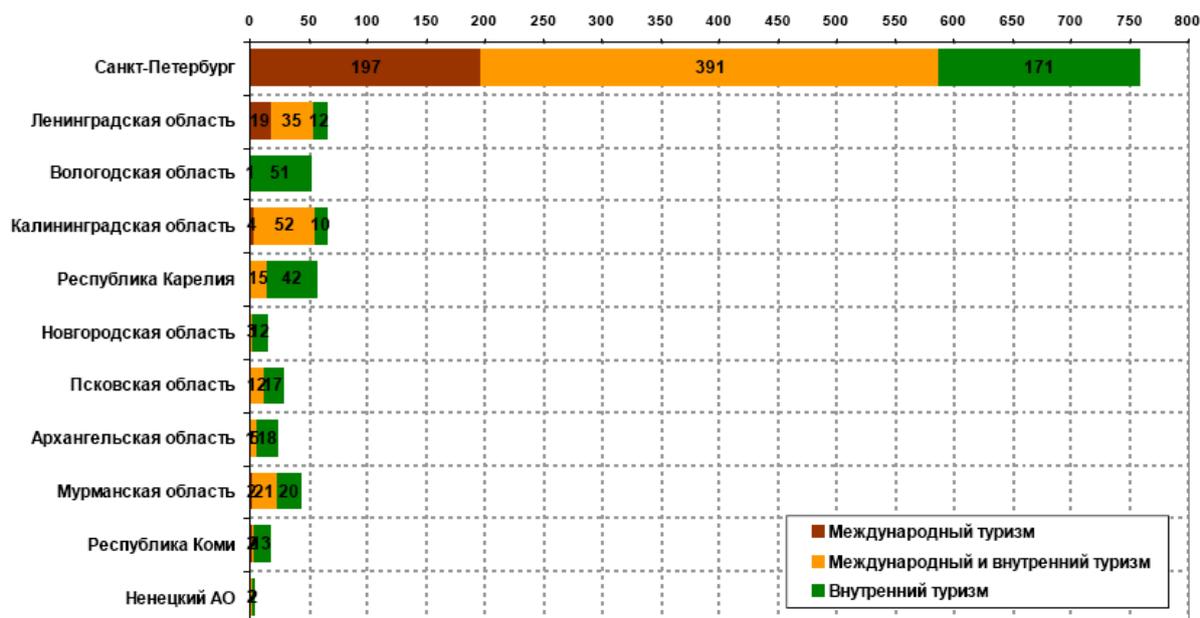


Рис. 2.3. Количество турфирм по направлениям деятельности в регионах СЗФО [4]

спортивные соревнования («Турпрестиж»), Первенство России по водно-моторному спорту в классе «ФОРМУЛА БУДУЩЕГО» (UTS, «Трэвэл Поинт»), «XIV МЕЖДУНАРОДНАЯ БАЛТИЙСКАЯ РЕГАТА» (парусный спорт) (UTS, «Трэвэл Поинт», «Румб»), Этап чемпионата мира по водно-моторному спорту в гонках F-1 (UTS, «Трэвэл Поинт»).

Системная работа турфирм по подготовке и продвижению на рынке спортивно-событийных продуктов не ведется. Большинство компаний, работающих в этом сегменте ориентированы на выездной туризм. Внутренние ресурсы почти не используются.

В целом, следует сделать вывод, что ограниченное число турфирм предлагает туры, основанные на местных ресурсах спортивно-событийного туризма. Преимущественно это зрелищные соревнования по водномоторному и парусному спорту, которые регулярно проходят на территории региона.

Исходя из изложенного выше можно сделать следующие выводы:

1) Целевая аудитория ССТ России — молодежно-зрелая (40% клиентов до 30 лет и 60% клиентов 25–45 лет) дифференцируется по 2 категориям: спортивные фанаты (туристы эконом-класс) и туристы с доходом выше среднего уровня, требующие соответствующего качества услуг, и масштабных зрелищных спортивных событий.

2) Приверженцы ССТ России предъявляют к продукту следующие требования: доступная цена, максимально полная информация и возможность общения, эффективное использование времени, профессионально-спортивная направленность турпродукта, возможность приобретения сувениров. Для России значение имеет сочетание названных факторов.

3) Сегмент корпоративных потребителей услуг ССТ — турфирмы — в России развит слабо. Наибольший интерес у корпоративных потребителей вызывают крупные международные соревнования, которые в нашей стране проходят не так часто, поэтому о системной работе турфирм и их сильном влиянии на рынок говорить нельзя.

Литература:

1. Алексеева, О.В. Событийный туризм и ивент-менеджмент // Российское предпринимательство. №6. Вып. 2 (186). 2011. с. 167–172
2. Бабкин, А.В. Специальные виды туризма Ростов-на-Дону: Феникс, 2008. — 252 с.
3. Возможности инфраструктуры туризма и инвестиций Санкт-Петербурга и Северо-Запада РФ Российский Союз Туриндустрии ТурЭкспертСервис Северо-Запад URL: http://www.csr-nw.ru/upload/file_content_91.pdf.
4. Количество и специализация туристических компаний по регионам СЗФО Режим доступа: URL: http://www.csr-nw.ru/upload/file_content_91.pdf
5. Коновалов, А.В. Формирование условий развития спортивно-событийного туризма в регионе: автореф. дис.... канд. эконом. наук — СПб., 2007. — 22 с.

6. Обзор текущего состояния и основных тенденций развития туризма в Санкт-Петербурге. Санкт-Петербург: ЗАО «МКД Партнер» URL: http://www.mcd-pkf.com/publication/hospitality/publ_13.html#_Toc280562973
7. Программа партнерства между Санкт-Петербургом, Ленинградской областью и Юго-Восточной Финляндией «Санкт-Петербургский коридор — от видения к действию» URL: <http://old.gov.spb.ru/gov/admin/otrasl/ecology/prog>
8. Увидеть своими глазами. Событийный туризм // BusinessTravel №4, Май 2010. с. 10–11

Доступность дистанционных банковских услуг в России и их дальнейшее развитие

Камалова Резеда Рамилевна, магистрант
Уфимский государственный авиационный технический университет

Банковский сектор Российской Федерации в настоящее время является из наиболее динамично развивающихся отраслей экономики, поэтому актуальность организации эффективного и непрерывного инновационного процесса в коммерческих банках не вызывает сомнений.

Основными направлениями в области IT и телекоммуникаций для банковской сферы являются:

— обеспечение наиболее полной и своевременной информационной поддержки бизнес-процессов и операций банка;

— обеспечение высокой надежности и безопасности бизнеса;

— стремление соответствовать мировым стандартам автоматизации.

— гибкость и поддержка открытых стандартов интеграции, а также возможность обеспечения «бесшовной» интеграции с разнообразными компонентами IT-ландшафта современного банка;

— ориентация на современные программные платформы;

— максимальная централизация всех сервисов и бизнес-приложений, что помогает быстрому распространению новых банковских продуктов на все подразделения банка и предоставлению клиентам единых возможностей во всех регионах.

Развитие каналов дистанционного банковского обслуживания наряду с внедрением сложных продуктов таких, как: расчетный центр клиента, корпоративные информационные хранилища, сложные аналитические инструменты и другие — является приоритетным направлением развития прикладных решений для банков. По мере роста оборотов рынка и возрастания конкурентной борьбы все большее количество кредитных организаций вовлекает в перечень своих услуг оказание дистанционного банковского обслуживания. По мнению специалистов, данный вид услуги становится одним из главных направлений развития банковской деятельности, так как это выгодно и клиенту (экономия времени, доступность услуг и возможность платить только за реально потребленные ресурсы, не оплачивая затраченное время персонала) и банку (снижение издержек на обслуживание клиентов).

В банковском бизнесе практически сразу после появления на рынке новых продуктов и услуг происходит их копирование конкурирующими кредитными организациями. Единственной реакцией на обострение конкурентной борьбы на финансовых рынках может стать совершенствование клиентского обслуживания. Благодаря организации новых перспективных направлений деятельности в работе банка происходит оживление и модернизация всех остальных направлений, что в итоге приводит к расширению клиентской базы — основному фактору повышения устойчивости банка. [3] По мнению экспертов MFoium Analytics, российская финансовая система в долгосрочной перспективе будет копировать структуру развитых финансовых рынков: доля наличного оборота среди физических лиц будет снижаться, а доля платежей, проведенных через интернет и мобильный банкинг — расти. [4] По статистике финансовой группы «Лайф», в высокотехнологичных регионах (Москва, Екатеринбург, Калуга, Нижний Новгород, Челябинск) количество пользователей интернет-банка достигает 30% от общего количества клиентов — физических лиц и 100% клиентов — юридических лиц. В наименее развитых регионах — 1% и 80% соответственно. [1] Как показал опрос, проведенный J'son & Partners Consulting в июле 2013 более 90% пользователей сотовой связи хотели бы использовать свой мобильный телефон как универсальное средство («мобильный кошелек», пропуск на предприятие, проездной и др.) либо проявили интерес к данному сервису, причем 6% пользователей отметили, что их мобильное устройство позволяет бесконтактно оплачивать товары и услуги, 48% не осведомлены об этом.

Основные сдерживающие факторы в развитии дистанционного банковского обслуживания — это опасения пользователей по поводу безопасности транзакций и сохранности персональных данных. Дополнительными инструментами информационной безопасности могут выступить многоступенчатая верификация действий пользователя, активные anti-fraud системы, усложнение авторизации (например, сарча-код) и так далее. Но применяемый комплексный подход в защите информационных систем не должен доставлять неудобства клиентам,

должен быть удобным и интуитивно понятным пользователю и при этом иметь разумную цену. Здесь должна быть найдена «золотая середина», индивидуальная для каждой банковской структуры.

Сегодня на банковском рынке набирают силу две тенденции. Во-первых, многие игроки активно развивают дистанционные каналы для занятых людей, которые ценят свое время. Во-вторых, стремительно расширяется функционал мини-сервисов. Все идет к тому, чтобы 80% ежедневных потребностей клиент мог получить с помощью дистанционных каналов в своем компьютерном «мини-офисе». Кроме всего прочего, сейчас идет новый виток развития мобильного банкинга, связанный с ростом популярности телефонов iPhone (четырёхдиапазонные мультимедийные смартфоны, разработанные Apple). На Западе уже есть примеры так называемых «виртуальных» банков, которые вообще не имеют обычных филиалов, и ведут все дела с клиентами через сеть Internet. Однако в России полный уход от традиционного офисного банкинга в ближайшее время невозможен, так как законодательно в настоящее время ряд операций может быть совершен только при личном обращении в банк. Несмотря на присущую практически всем банкам тенденцию развития дистанционного обслуживания, пути данного развития достаточно разнообразны. ЗАО «Океан Банк» предлагает корпоративным клиентам и частным лицам не только солидную линейку банковских услуг (карты, вклады, кредиты, денежные переводы), но и смежные продукты, например страховой полис и электронный кошелек. По мнению аналитиков, «Океан Банк» одним из первых в России занял свободную нишу между банками, платежными системами и страховщиками. [6] Банк «Русский Стандарт» предлагает такой продукт как «Банк в кармане», что позволит быстро совершать платежи и переводы, оформлять экспресс-кредиты и депозиты, получать доход 10% годовых на любую сумму и срок, сокращать текущие расходы. [5] «Альфа-банк» показал впечатляющий рост числа клиентов к концу 2013 года — более чем на 40%. Во многом это было обеспечено запуском несколько новых мини-сервисов. Среди них — открытие и пополнение депозитов онлайн, оплата налогов, штрафов ГИБДД и коммунальных услуг, переводы в пользу госучреждений (вузов, детсадов, школ), мобильный банкинг для iPhone, покупка электронного страхового полиса, оплата билетов и многое другое. Существенно расширился список получателей платежей в интернет — банке «Альфа-Клик», за 2013 год подключено более полумиллиона клиентов. Банк последовательно осваивает и смежные сферы. Так совместно с платежной системой WebMoney Transfer банк объявил о запуске нового сервиса, с помощью которого клиенты банка могут мгновенно пополнять кошельки WebMoney, переводя деньги со счета в банке, и, наоборот, пополнять банковский счет средствами из электронного кошелька. [7] «Банк «Агропромкредит» расширил функциональные возможности системы «Интернет-Банк», пользователи услуги могут переводить средства со счета карты в пользу элек-

тронных платежных систем Яндекс. Деньги, WebMoney, RBK Money, Мобильный Кошелек, Деньги@mail.ru и других контрагентов. [8] Банки, активно развивающие системы дистанционного обслуживания, значительно сокращают затраты, связанные с арендой и содержанием помещений, сама необходимость в которых при дистанционном обслуживании исчезает. За счет автоматизации процесса управления банковскими счетами существенно уменьшается численность необходимого персонала, а значит, и расходы на заработную плату, вследствие чего уменьшается стоимость транзакций и растет прибыльность бизнеса. С другой стороны, информационные технологии постоянно совершенствуются, себестоимость предоставляемых сервисов и услуг снижается, и соответственно конечная стоимость для потребителя так же становится ниже. Предположительно в ближайшем будущем, сервисы дистанционного банковского обслуживания будут включаться в пакеты продуктов, предлагаемых клиентам по умолчанию, по аналогии с примером определителя номера в сети сотовой связи. Кроме экономии на издержках важным аргументом в пользу услуг онлайн является повышение конкурентоспособности. Каждый банк самостоятельно принимает решение по необходимости системы дистанционного обслуживания в линейке своих услуг, однако практика внедрения подобной системы позволяет выделить три группы финансовых организаций в зависимости от целей внедрения и планируемых результатов. К первой группе специалисты относят крупные российские или иностранные банки (а также российские банки с иностранным участием), которые видят развитие розницы своим стратегическим направлением. Ко второй категории относятся банки, которые по тем или иным причинам вынуждены снижать свое присутствие на корпоративном рынке, но не имеют достаточных средств для полноценного развития розничной сети. В этих условиях лучшим решением для банка становится внедрение систем дистанционного обслуживания для формирования «виртуальных офисов», как основного канала развития розницы. К третьей группе банков относят те кредитные организации, которые внедряют систему ДБО как некую имиджевую составляющую своего бизнеса. Банк может совсем не работать с физическими лицами, сосредоточившись на корпоративном секторе, но требование «быть современным» вынуждает его приобретать и систему розничного ДБО.

С недавних пор общение с целевыми аудиториями банка, и вкладчиками, и кредитополучателями, и другими субъектами стало идти и через социальные сети. Этот удобный инструмент, получивший название «социальный медиа маркетинг» (social media marketing, или SMM) позволяет поддерживать связь со всеми клиентами в режиме реального времени, узнавать об интересах клиентов и общаться с ними с учетом этих интересов, быстро извещать клиентов о новых продуктах банка. К SMM можно отнести размещение информации, постов в тематических социальных сетях, работа на сервисах типа «во-

прос-ответ», создание и размещение уникальных информационных материалов, создание и ведение rss-рассылки и многое другое. Но, главное, социальные сети позволяют постоянно информировать и клиентов, и потенциальных клиентов о текущих делах в банке, о мнении банка на то или иное событие в мире (экономическое или политическое, которое непосредственно связано с работой банка). [9] По мнению многих экспертов, по итогам международного форума iFin—2011 «Электронные финансовые услуги и технологии в России» можно сделать вывод о новом подъеме интереса финансовых организаций к современным электронным услугам, которые сегодня становятся важнейшим фактором в конкурентной борьбе за клиента. Большой резонанс вызвало обсуждение таких вопросов, как появление новых угроз дистанционным финансовым услугам банков со стороны нефинансовых организаций, положение дел с обеспечением информационной безопасности электронных финансовых услуг, а также перспективы различных моделей обеспечения банков решениями для создания электронных финансовых услуг — от заказной разработки до аутсорсинга готовых решений. [2] После периода гиперактивного внедрения инновационных продуктов в области дистанционного банковского обслуживания, большинство банков сфокусировали свое внимание больше на совершенствовании имеющихся, чем на создание новых. Однако имеются и исключения. Так с 2011 года стартовал совместный проект Альфа-Банка и ОАО «ВымпелКом» (бренд «Билайн»), в рамках которого абоненты «Билайн» могут выпустить к своему номеру мобильного телефона предоплаченную карту — виртуальную или пластиковую. Виртуальный формат данной карты позволяет использовать средства на балансе мобильного телефона для оплаты покупок в интернете и снятия наличных в банкоматах Альфа-Банка. Каждая операция по виртуальной карте подтверждается одноразовыми реквизитами, что делает карту максимально безопасной для платежей

в интернете. Пластиковую карту, выпущенную к номеру телефона, можно использовать для оплаты покупок за счет средств на мобильном в торговых точках, интернете и для снятия наличных в банкоматах любых банков.

Старт «пилотного» проекта по запуску предоплаченной карты «Visa — Билайн — Альфа-Банк» — большое событие. Впервые появилась возможность оплаты покупок и услуг, как в интернете, так и в обычных торговых точках, и даже снятия денег из банкомата за счет средств на мобильном телефоне. Техническая реализация, легкость получения услуги клиентом и широкие возможности, которые дает новый продукт, делают его уникальным не только для российского, но и мирового рынка. Развитие мобильных платежей и электронных каналов оплаты — один из важнейших приоритетов для Альфа-Банка.

Таким образом, в современных условиях одним из наиболее перспективных направлений развития банковского сектора является развитие такой сферы деятельности как дистанционное банковское обслуживание, что обусловлено рядом причин. Во-первых, предоставление подобных услуг позволяет предоставить принципиально новый уровень сервиса крупным корпоративным клиентам. Во-вторых, предоставление качественного дистанционного обслуживания все чаще воспринимается как конкурентное преимущество при предоставлении банковских услуг. В-третьих, бурный рост сегмента розничного бизнеса требует создания доступных и эффективных механизмов взаимодействия банка и розничных клиентов. Для клиента это обозначает максимум удобства и минимум затрат по времени и финансам на всех стадиях взаимоотношений с банком: получении информации об услугах и продуктах, заполнение необходимых анкет и бланков, получение банковского продукта, его использование и контроль над ним. Для банка — увеличение показателей эффективности его работы, сокращение затрат и возможность существенного увеличения клиентской базы без потери качества обслуживания.

Литература:

1. Артемов, С. Ускорение в сети [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.e-ft.ru/news/analytics/8973/>.
2. Бурдинский, А. Итоги Форума iFin—2011 «Электронные финансовые услуги и технологии в России» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://forum.ifin.ru/news/news21923.aspx>.
3. Минлибаева, Г. Х., Саматова Л. Н. Проблемы инновационного развития коммерческих банков [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.chiep.ru/pics/uploads/docs/NIR/CONFERENC/Minlibaeva_G.H._Samatova_L.N.pdf.
4. Подунова, В. Мобильный банкинг в России [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.i-free.com/press/juneconnect.php>.
5. Сайт ЗАО «Банк Русский Стандарт» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.rsb.ru>
6. Сайт ЗАО «Океан Банк» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.oceanbank.ru>.
7. Сайт ОАО «Альфа-Банк» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.alfabank.ru>.
8. Сайт ОАО «КБ «АГРОПРОМКРЕДИТ» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.apkbank.ru/ru/msk/>.
9. Чубат, А. Зачем банкам социальные сети? [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://bankir.ru/publication/article/7276942>.

Реклама как неотъемлемая часть современной жизни

Канищева Татьяна Дмитриевна, ассистент;

Голованёва Инна Ивановна, ассистент;

Филатова Наталья Ивановна, ассистент

Белгородский государственный национальный исследовательский университет, филиал в г. Алексеевка

Реклама — термин происходит от латинского слова «*reklamare*» — «громко кричать или извещать». В Древней Греции и Риме объявления громко выкрикивались или зачитывались на площадях и в других местах скопления народа.

«Реклама — распространяемая в любой форме, с помощью любых средств информация о физическом или юридическом лице, товарах, идеях и начинаниях (рекламная информация), которая предназначена для определенного круга лиц и призвана формировать или поддерживать интерес к этим физическому, юридическому лицу, товарам, идеям и начинаниям и способствовать реализации товаров, идей и начинаний». [1].

Задача рекламы в современной рыночной экономике доведение товаров от производства до населения, формирование спроса на них с учетом социально-демографических особенностей отдельных групп потребителей с целью побудить к приобретению тех или иных товаров (услуг).

Поэтому способность рекламы оказывать воздействие на человека и создавать спрос на товары позволяет использовать ее для воспитания разумных потребностей, эстетических вкусов и запросов населения.

Сегодня у всех нас имеются обоснованные взгляды на то, что такое реклама, и мы также склонны не без основания иметь собственное мнение и предубеждения по этому поводу. Существуют многочисленные и разнообразные определения рекламы. Она может быть определена как процесс коммуникации, как процесс организации сбыта, как экономический и социальный процессы, обеспечивающий связь с общественностью или как информационный процесс и процесс убеждения в зависимости от точки зрения.

В России рекламное давление растет с каждым днем. На рекламные кампании тратятся огромные деньги, принося своим заказчикам многомиллиардные прибыли. И, как «продукт первой необходимости» для любого предприятия, нацеленного на коммерческий успех, реклама сама становится все более дорогостоящей. Согласно оценкам в России в год на неё тратится порядка 3,5 млрд. долларов. [3].

В жизни каждого реклама занимает важное место. Она в значительной степени определяет образ и стиль жизни, неизбежно оказывает влияние на взгляды людей, отношение к себе и окружающему миру. Реклама показывает готовые формы поведения в той или иной ситуации. Определяет, что хорошо и что плохо. Каждый человек, даже того не осознавая, находится под влиянием рекламы.

Рекламу придумали не для того, чтобы некстати прерывать ваш любимый фильм, она нужна, чтобы делать продажи. С этим никто не спорит, но по-прежнему колоссальные деньги, которые компании выделяют на рекламу, тратятся впустую. Во многом это происходит благодаря мифу о том, что, чем больше средств вложить в рекламу, тем большую отдачу она принесет.

Интересная статистика о размещении рекламы по степени их популярности в России. Первое место устойчиво занимает телевидение. Оно забирает около 46 процентов всех рекламных бюджетов. Второе место остается за печатными СМИ. Им достается 32 процента денег, выделяемых на рекламу. Далее следует наружная реклама (16%), радио (4%). Замыкает рейтинг кино и Интернет (2%). Структура распределения затрат в США несколько иная. Доля телевидения и глобальной сети там приблизительно та же. А вот печатные издания имеют более высокий процент (38%). Больше приходится и на радио (11%). В то же время на наружную рекламу американские компании предпочитают не тратиться. Ее доля — всего три процента.

Итак, люди не хотят смотреть рекламу. Поэтому идея рекламного модуля в журнале или телеролике должна «захватывать» покупателей. Она должна как-то вознаграждать человека за то, что он рассматривает ее в газете или проглядывает по телевизору. Таким вознаграждением может быть, например, развлечение (какая-то смешная ситуация, смоделированная в ролике) или эстетическое удовольствие (красивый вид природы в рекламе путешествий). То есть реклама должна в первую очередь обращаться к чувствам людей, заинтересовывать их и сразу же вызывать у них отклик. Это понимают наверно все. Однако здесь таится опасность, обнаружить которую получается не у каждого создателя рекламы.

Чтобы реклама работала, необязательно тратить огромное количество денег. Важно правильно ее сделать. Тогда даже один единственный рекламный контакт не останется незамеченным покупателями.

По некоторым данным отчета, предоставленного Coca-Cola Комиссии по ценным бумагам и биржам США (SEC), в 2010 году производитель безалкогольных напитков потратил на рекламу более 2,9 миллиардов долларов. Данная цифра на 4,5% выше показателя 2009 года — \$2,8 млрд.

Очевидно, повышение рекламных расходов означает, что компания продолжает делать инвестиции в бренды и искать новые возможности на рынке.

За год до этого рекламные расходы Coca-Cola упали на 6,7% с 3 миллиардов долларов, и эту планку компании

пока не удалось перешагнуть. Резкое сокращение затрат в 2009 году было обусловлено сдвигом в маркетинговой и медиа- стратегиях: компания сделала упор на внутри-магазинный «промоушн», привлечение постоянных клиентов и рекламу в местах продаж.

Лидеры рынка урезали свои рекламные бюджеты в 2013 году. По данным отчета медийного агентства Media First, подготовленного специально для «Известий» на основе данных компании TNS Media Intelligence, в минувшем году значительно снизили свои траты на рекламу «МегаФон», «Ростелеком», Сбербанк России, Unilever, Procter&Gamble, Coca-Cola, Danone, Mareven Food Central (марки «Роллтон», Big Von и другие), Nestle, «Эльдорадо» и другие компании. Зато не пожалели средств на рекламу производители и дистрибуторы лекарственных средств и БАДов.

По некоторым данным исследования, в 2013 году ведущие позиции по рекламе в медиа удержали лидеры прошлых лет. Почти все они — иностранные компании. Однако половина из них в той или иной степени снизили расходы на рекламу.

Больше других бюджеты урезали компании, оказывающие финансовые услуги (их затраты по сравнению с 2012 годом сократились на 8,1%), операторы связи (минус 4%), производители безалкогольных напитков (минус 3,2%).

Впрочем, не все из представителей вышеуказанных категорий шли по течению. Если Сбербанк сократил затраты на рекламу на 19,1% (с 2,7 млрд рублей в 2012 году до 2,1 млрд), то остальные представители банковской сферы, наоборот, взвинтили бюджеты. Бинбанк увеличил свои расходы на рекламу почти на 200% по сравнению с предыдущим годом (в 2013-м банк отрекламировал себя на 256,7 млн), на 127,7% выросли рекламные траты финансово-страховой группы «Русский стандарт». Существенно подняли рекламные бюджеты Россельхозбанк, банки «Восточный экспресс», «Ренессанс», ВТБ и другие. Несмотря на это, Сбербанк по-прежнему остается лидером среди финансовых организаций по рекламным вложениям.

Интересная ситуация сложилась на рынке рекламы операторов связи — минус 4%. Практически все ведущие российские компании, предоставляющие услуги связи, снизили рекламные расходы. Больше сэкономил «МегаФон» — 20,8%. Если в 2012 году компания потратила на рекламу 3,2 млрд рублей, то в 2013-м — почти 2,6 млрд. Также снизили рекламные расходы TELE 2 (на 16,6%) и «Ростелеком» (на 2,8%). При этом представители «большой тройки» — МТС и «Билайн» — лидеры по тратам на рекламу, в 2013 году они продолжили увеличивать свои рекламные бюджеты: МТС в 2013-м потратила на рекламу более 3,8 млрд рублей (что на 8,5% больше, чем годом ранее), а «Билайн» — более 3 млрд (на 21% больше прошлогодних показателей).

Расходы на рекламу производителей напитков снизились на 3,2%. Если в 2012 году расходы составляли почти 13,5 млрд рублей, то в 2013-м — уже за 13 млрд. Почти

четверть рекламного рынка безалкогольных напитков составили расходы Pepsi Co. А вот следующая за лидером Coca-Cola в 2013-м снизила рекламные затраты на 10,2%, ее вклад в рынок российской рекламы составил 2,5 млрд рублей.

По оценке экспертов рынка рекламы, не все сегменты рекламного рынка падают. Так, в сегменте СМИ отмечен активный рост бюджетов. Телеканалы вложили в собственную рекламу в прошлом году на 10% больше, чем в 2012-м, — 11,3 млрд рублей.

Мощнее всего на фоне остальных выглядела рекламная кампания спутникового оператора «Триколор ТВ». Оператор платного ТВ потратил на рекламу в 2013 году почти 1,5 млрд рублей, что на 22,2% больше расходов годом ранее.

Помимо «Триколора» в топ-10 по рекламным затратам входит телеканал «Россия 1», «Ростелеком», ГНТ, «Первый канал», издательство DeAgostini, оператор спутникового ТВ «Орион Экспресс», ВГТРК, «НТВ-Плюс» и телеканал «Пятница», запустившийся в прошлом году. Так, «Орион Экспресс» в 2013 году потратил на рекламу 308,8 млн рублей (рост 1000% с 28 млн). Более чем на 100% увеличила рекламные расходы ВГТРК (277,6 млн рублей в 2013 году), причем на продвижение одного из своих каналов — «Россия 1» — ВГТРК потратила около 510 млн рублей, это почти два раза больше, чем в 2012 году.

Рынок рекламы газет и журналов сократился почти на 17% и составил 2,6 млрд рублей. Яркий пример — изменение финансовой политики итальянского издательского дома DeAgostini в России. Издатель познавательных журналов в прошлом году «порезал» рекламный бюджет в России на 13,5%.

Положительную динамику демонстрирует и реклама интернет-услуг. Специалисты Media First зафиксировали рост этого сегмента на 17,6% (объем увеличился более чем на 620,5 млн рублей). Традиционным лидером в этой области является «Ростелеком», который в прошедшем году укрепил свои позиции в рекламе интернет-услуг — расходы компании увеличились на 55% и составили более 850 млн рублей.

На фоне «Ростелекома» бюджеты остальных крупных компаний в сегменте интернет-услуг смотрятся довольно скромно. Mail.ru Group потратила на свое продвижение около 210 млн рублей, а «Яндекс» почти 296 млн (более чем в два раза больше, чем в 2012-м). Весомо подросли бюджеты Google (с 5 млн до 140,5 млн рублей), крупнейшего в мире разработчика онлайн игр Wargaming.net (с 36 млн до 109 млн рублей).

Любопытно, что в списке лидеров по расходам на рекламу интернет-услуг попало правительство Москвы. По данным агентства, в 2013 году на рекламу своих интернет-проектов столица потратила 111,3 млн рублей. В мэрии Москвы пояснили, что речь идет о рекламном продвижении порталов «Наш город», «Пробок. нет» и других ресурсов правительства города.

Активнее всего вкладывались в рекламу в минувшем году производители и дистрибуторы лекарств и БАДов. Рекламные бюджеты в этом сегменте увеличились на 22%, их объем составил 34 млрд рублей. Лидерские позиции по затратам на рекламу в этом сегменте удерживает производитель препаратов «Терафлю», «Тавегил», «Вольтарен Эмульгель», «Ламизил» и других — Novartis. В минувшем году компания потратила на рекламу почти 4 млрд рублей, что на 25,4% больше, чем в 2012-м. Существенный рост показал и фармхолдинг «Панда РИА» («Сеалекс», «Алекапс», «Вензол») — рекламные затраты составили почти 1,2 млрд рублей (увеличились на 43,6%). [5]

В сегменте «продукты питания» российские компании пытаются догнать своих иностранных конкурентов и увеличивают рекламные бюджеты. Лидерами по рекламе продуктов питания являются Pepsi Co, Danone, Nestle и McDonald's. Ежегодно они тратят на рекламу по несколько миллиардов рублей. В 2013 году в топ-10 по тратам на рекламу вошли «Нэфис» (около 541 млн рублей), «Мираторг» (373 млн рублей) и Нижегородский масло-жировой комбинат (около 406 млн рублей), которые нарастили затраты на рекламу в несколько раз.

Литература:

1. Федеральный закон от 18 июля 1995 г. №108-ФЗ «О рекламе». Ст. 8 Принят Государственной Думой 14 июня 1995 // Сборник законов Российской Федерации. В 2-х ч. — Ч. 1. — М., 2000. — с. 606–612.
2. Бове, Кортлэнд Л., Аренс, Уильямс Ф. Современная реклама. Издательский дом Довгань, 1995. с. 243.
3. Евстафьев, В. А. Журналистика и реклама: основы взаимодействия (опыт теоретического исследования). — М., 2001. — 264 с
4. Кисмерешкин, В. Г. Реклама в продвижении российских товаров. — М.: «Экономика», 2010. с. 213–229.
5. Кучмаева, О. В. Статистика рекламной деятельности — М., Московский государственный университет экономики, статистики и информатики. 2010 г. с. 248.
6. Ромат, Е. В., Реклама. — СПб.: Питер, 2008. с. 77–79
7. www.izvestia.ru

В целом рекламный рынок пищевой продукции за год подрос на 6,4% и достиг объема 20,6 млрд. рублей.

Аналитики рынка рекламы утверждают, что революционных перестановок на рынке в 2013 году не случилось. Крупнейшие рекламодатели либо сокращают свои бюджеты ради оптимизации своих финансов, либо наращивают, для того чтобы укрепиться и расширить влияние на рынке. Однако траты на массивную рекламу не всегда оправданны.

Подведя итоги из выше сказанного, можно определенно сказать, что реклама стала важным элементом в современной жизни не только реализации товаров, но и жизни человека. Объем вырос почти на высоту глобального уровня. Развитие рекламы не вызывает сомнений, однако законодательство все еще несовершенно: не установлен коллегиальный орган — вневедомственного совета, в соответствии с законом о рекламе, нет ряда законов.

Таким образом, реклама строит фундамент уважения и доверия не только у нас, но и в стране. Но то, что не может делать любая реклама — это продавать, если в первый раз она не нашла заказчика. В этом случае, чем больше степень рекламной работы, тем больше потери.

Образование как инвестиции в человеческий капитал

Кармазина Юлия Анатольевна, студент
Северо-Кавказский федеральный университет (г. Ставрополь)

Ни для кого не секрет, что XXI век — век инноваций, которые требуют от организаций и предприятий принципиально нового подхода к осуществляемой деятельности и понимания важности человека как основного стратегического ресурса. И ранее человек воспринимался как инструмент достижения различных целей предприятий, то в настоящее время мнение на этот счет в корне изменилось.

В экономике, основанной на знаниях, производительные силы человека реализуются в форме человеческого капитала. В настоящее время все более популярной становится

точка зрения, в соответствии с которой человеческий капитал — это наиболее ценный ресурс общества, имеющий гораздо большее значение, чем природные ресурсы или накопленное богатство [1]. Понятие человеческого капитал означает не только осознание решающей роли человека в экономической системе общества, но и признание необходимости инвестирования в человека, поскольку капитал приобретает и увеличивается путем инвестирования и дает длительный экономический эффект [2].

Понятие человеческого капитал достаточно сложное и многогранное. Об этом свидетельствует тот факт,

что в настоящее время существует достаточное количество его определений, которые объединяют в две группы.

Первая группа дает определение человеческого капитала в узком смысле как некую совокупность знаний, умений, навыков и способностей индивидуумов, которые последние приобретают в процессе получения общего образования, профессиональной подготовки и практического опыта, которая позволяет принимать активное участие в общественном производстве.

Совершенно иное мнение у сторонников второй группы определений, для которых характерным является расширенный подход к понятию человеческого капитала. Здесь среди характеристик человеческого капитала, кроме имеющихся у человека знаний, навыков, способностей, выделяются также мотивация, ценности и энергия, которые способствуют росту производительности труда и приносят доход [3].

Понятие человеческого капитала основывается на двух определениях образования — как ресурса (человеческий капитал) и как некой системы (в которой происходит его накопление), что делает возможным перекинуть мост между экономическим и социологическим подходом к образованию.

С экономической точки зрения образование — это источник экономического роста.

Накопление человеческого капитала происходит как на этапе школьного обучения, которое закладывает базовые знания и навыки, так и обучения послешкольного, имеющего своей целью получение определенной профессии, а также в процессе профессиональной деятельности. Причем умения и знания, полученные на предыдущих этапах обучения, повышают эффективность дальнейших инвестиций в человеческий капитал и, как результат, обеспечивают возможность успешной деятельности в различных областях. В высшем учебном заведении даются определенные профессиональные знания и навыки, возможность их применения на практике и получения первоначального представления о рынке труда в виде производственной практики. Также ВУЗ обеспечивает образовательные кредиты, котирующиеся на рынке труда и подтвержденные репутацией и именем вуза: дипломы бакалавра, специалиста, магистра и свидетельства о получении научных степеней. Но наиболее важной его функцией является развитие общего культурного капитала, закладывающего универсальную основу для дальнейшей профессиональной деятельности и последующего развития. На макроуровне высокообразованная рабочая сила представляет собой человеческий потенциал страны.

Конкурентоспособность страны определяет ее место в мировой экономике. Еще 15–20 лет назад в развитии фирмы решающее значение имела конкурентоспособность товаров и услуг. В конце XX столетия, с началом процессов всемирной экономической и политической интеграции, вопрос о конкурентоспособности фирм, отраслей и национальных экономик приобрел несколько

иное содержание, которое определяется, прежде всего, качеством рабочей силы. В связи с этим необходимо заметить, что решающим фактором в экономическом развитии общества и в период индустриализации, и в период послевоенного возрождения экономики всегда был человек.

Теория осуществления затрат в повышении уровня квалификации работников в качестве капитала была выдвинута еще классиками политэкономии В. Петти, А. Смитом и Д. Рикардо. Она получила развитие в работах академика С. Г. Струмилина, В. С. Гойло, Р. И. Капелюшниковой, В. И. Марцинкевича. Несколько позднее исследование в данном направлении велись С. А. Дятловым, С. А. Курганским, А. И. Добрыниным и др. [4].

Расходы, которые увеличивают производительные качества и характеристики индивида, «можно рассматривать как инвестиции, ибо текущие издержки осуществляются с тем расчетом, что эти затраты будут многократно компенсированы возросшим потоком доходов в будущем», говорят теоретики человеческого капитала.

Отход от восприятия затрат на формирование качественно новой рабочей силы как исключительно потребительских стал возможным благодаря использованию термина инвестиции в отношении данных расходов, которые в свою очередь были признаны как производительные, поскольку вложения в человека способны приносить ощутимый долговременный экономический эффект.

К. Макконнелл и С. Брю выделяют следующие виды инвестиций в человеческий капитал:

во-первых, расходы на образование, которые включают в себя общее и специальное, а также формальное и неформальное образование, подготовку кадров по месту работы и т. п., признаются наиболее очевидным и, возможно, наиболее важным видом инвестиций в человеческий капитал. Образование формирует рабочую силу, которая становится более квалифицированной и более производительной.

Во-вторых, расходы на здравоохранение также играют достаточно важную роль. Хорошее здоровье как результат расходов на профилактику различных заболеваний, качественное медицинское обслуживание, а также диетическое питание и улучшение жилищных условий продлевает срок жизни, повышает работоспособность и производительность труда рабочих.

В-третьих, расходы на мобильность, благодаря которым рабочие мигрируют из мест с относительно низкой производительностью в места с относительно высокой производительностью, составляют наименее очевидную форму инвестиций в человеческий капитал. Как и образование, географическая миграция рабочих влечет за собой рост издержек в настоящем, чтобы получить выгоду в будущем от повышения рыночной стоимости их трудовых услуг. Иначе говоря, нанимаемые рабочие воплощают в себе будущий поток новых трудовых услуг.

Несмотря на то, что существуют различные формы инвестиций в человеческий капитал, образование в современном мире является одной из основных.

Каждое инвестиционное решение предполагает дилемму между потреблением, которое способно немедленно удовлетворить потребности, и инвестициями, способствующими созданию дополнительных возможностей для производства товаров и услуг в будущем. Выбор между потреблением и инвестициями базируется на экономическом анализе, проводящимся в широком социально-политическом контексте и принципиально неотделим от этого контекста. Это же справедливо утверждать и в отношении выбора между всевозможными альтернативными инвестициями в условиях ограниченности ресурсов.

Инвестиционные решения, касающиеся образования достаточно специфичны. Это связано с двойственной характеристикой образования, заключающейся том, что, в сущности, образование представляет собой как потребление, так и инвестиции. До начала 60-х годов образование рассматривалось как одно из основных прав человека, в основном связанное с потреблением. В дальнейшем все более полно раскрывалась двойственная природа образования. При этом акцент переносился на характеристику образования как инвестиций в человека.

Для выбора между осуществлением инвестиций в физический капитал или в человеческий капитал стали актуальными вопросы о том, какой вклад вносит образование в экономический рост, как сравнить этот вклад образования с вкладом физического капитала.

Фактически понимание того, что инвестиции в человеческий капитал непосредственно вносят вклад в экономический рост, связано еще со временами Адама Смита, классические экономисты уделяли должное внимание необходимости расходов на получение и развитие умений и навыков человеком. Однако только в 1960-х годах Т. Шульц и Е. Дэнисон показали, что образование способствует росту национального дохода посредством усовершенствования умений и навыков рабочей силы.

Е. Дэнисон подсчитал, что между 1930 и 1960 гг. 23% прироста выпуска продукции в США связана с повышением образования рабочей силы. Т. Шульц (1963) разработал метод измерения вклада образования в экономический рост, основанный на изучении нормы отдачи инвестиций в человеческий капитал, которую сравнил с нормой отдачи инвестиций в физический капитал. Этот метод анализа привел к тому же выводу: существенная доля прироста выпуска продукции как в развитых, так и в развивающихся странах объясняется инвестициями в образование [5].

Таким образом, состояние современной системы образования, в конечном счете, предопределяет развитие страны на ближайшие годы. Поэтому логично утверждать, что образование является ведущей отраслью производства человеческого капитала, фундаментом будущего благополучия человека и всего общества [6].

Литература:

1. <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=3447>
2. Гришнова, О. А. Экономика труда и социально-трудовые отношения. Учебник — М.: Проспект, 2011
3. <http://cyberleninka.ru/article/n/obrazovanie-i-razvitie-chelovecheskogo-kapitala-v-rossii>
4. Боровских, Е. А. Эффективность инвестиций в человеческий капитал // Ярославский педагогический вестник. — 2012. — № 1.
5. Тихонов, А. Н., Обромешин А. Е. Управление современным образованием: социальные и экономические аспекты
6. <http://www.careerist.ru>

Достоинства и недостатки методов экономической оценки инвестиций

Кондрашова Анастасия Романовна, студент
Волгоградский государственный технический университет

Инвестиции — важнейший и наиболее дефицитный экономический ресурс, использование которого способствует росту эффективности производства и конкурентоспособности предприятий, созданию новых рабочих мест, повышению занятости населения и уровня его благосостояния. Успешная деятельность предприятий в долгосрочной перспективе, обеспечение высоких темпов их развития в значительной степени определяются уровнем инвестиционной активности и масштабами инвестиционной деятельности, расширение которой требует создания

специальных условий, и в первую очередь увеличения объема инвестиций и повышения их эффективности. Объективная экономическая оценка инвестиций — одна из необходимых предпосылок их надежности и эффективности.

Оценка эффективности инвестиций представляет собой наиболее ответственный этап в процессе принятия инвестиционных решений. От того, насколько объективно и всесторонне проведена эта оценка, зависят сроки возврата вложенного капитала и темпы развития предприятия. Объективность и всесторонность в зна-

чительной мере определяются использованием современных методов проведения оценки эффективности инвестиционных проектов.

В таблице 1 приведен общий мониторинг основных методов экономической оценки эффективности инвестиций. Проанализированы достоинства и недостатки каждого метода в отдельности.

Делая выводы о достоинствах и недостатках методов экономической оценки инвестиций, имеется возможность заметить, что все статические методы экономической оценки инвестиций в достаточной степени просты для расчета, понимания и получения исходной информации и могут быть использованы для быстрой первоначальной отбраковки проектов или для их ранжирования.

Таблица 1. **Достоинства и недостатки основных методов экономической оценки инвестиций**

Достоинства	Недостатки
Статический метод (простой бухгалтерской нормы прибыли)	
1. Легкость понимания 2. Несложные подсчеты 3. Подсчет по данным бухгалтерской отчетности 4. Рейтинг прибыльности проекта	1. Не учитывает осуществимость реинвестирования получаемых доходов 2. Не учитывает различия в сроках реализации (вычисления) инвестиционных проектов 3. Непросто подобрать год (промежуток), в наибольшей степени свойственный для проекта 4. Учитывается, как обыкновение, чистое приращение, а не монетарный поток 5. Нет возможности установить оптимальный проект при одинаковых ROI, но различных инвестиций
Метод простого (бездисконтного) срока возврата (окупаемости) инвестиций	
1. Несложность использования и расчетов 2. Позволяет предопределять сведения о ликвидности проекта, так как длительная окупаемость означает пониженную ликвидность (длительную иммобилизацию средств) доходов, чем по проектам с коротким сроком эксплуатации 3. Позволяет рассуждать о рискованности проекта, так как длительный период окупаемости проекта означает повышенную опасность	1. Игнорирует денежные поступления впоследствии истечения срока окупаемости. Так, по проектам с длительным сроком окупаемости после всего периода возврата инвестиций может быть получен больший результат 2. Не учитывает вероятность реинвестирования доходов 3. Проекты с одинаковым сроком окупаемости, но различной временной структурой доходов признаются равноценными 4. Значимость срока окупаемости равным счетом ничего не говорит об эффективности проекта, а позволяет рассуждать только лишь о его ликвидности
Метод чистого дисконтированного дохода	
1. Отражает доходы от инвестиций (преобладание поступлений над начальными выплатами) 2. Учитывает период жизни инвестиционного проекта и пространство во времени денежных потоков 3. Выражается в стоимостных единицах текущей стоимости, т. е. учитывает момент времени 4. Коэффициент аддитивен во временном аспекте, т. е. допускается обобщать NPV различных проектов 5. Отражает прогнозную оценку изменения экономического потенциала предприятия в случае принятия инвестиционного проекта, т. е. модификация «ценности фирмы» 6. Соответствует главному критерию эффективности инвестиций.	1. NPV — не учитывает размер альтернативных инвестиционных проектов 2. Не показывает прибыльность (эффективность) проекта 3. Зависит от величины дисконта 4. Размер дисконта принимается неизменным. Тем не менее в будущем размер дисконта может модифицироваться в связи с изменением экономических условий 5. Требуется детальная долгосрочных прогнозов
Метод индекса доходности	
1. Является относительным, отражает результативность единицы инвестиций 2. В условиях ограниченности ресурсов позволяет выработать преимущественно результативный инвестиционный портфель 3. Позволяет рассуждать о резерве безопасности проекта	1. Неаддитивен 2. Зависит от принятой ставки дисконта

Метод внутренней нормы доходности	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Показатель относительный 2. Не зависит от ставки дисконта 3. Направлен на увеличение доходов инвесторов 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Показывает только наибольшую степень затрат, которая может быть ассоциирована с оцениваемым инвестиционным проектом (в частности, если ВНД двух проектов превышает цену привлекаемых источников инвестиций, то альтернативность лучшего варианта по критерию ВНД невозможна) 2. Характеризует только лишь определённый план, затруднителен в использовании оценки инвестиционного портфеля 3. Для нетрадиционных денежных потоков может вмещать в некотором роде несколько значений 4. Не позволяет установить «вклад» проекта в трансформацию капитала предприятия 5. Вычисление ВНД исходит из предположения, что свободные денежные потоки реинвестируются по ставке равной ВНД (по существу такого быть не может) 6. Затруднительность расчетов
Метод периода окупаемости с дисконтированием	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Не зависит от величины горизонта расчета, задача которой зачастую содержит определённый компонент произвола 2. Позволяет вносить оценки (правда грубые) о ликвидности и рискованности инвестиционного проекта 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Не учитывает целый цикл функционирования инвестиций из чего явствует — на него не влияет эффективность, лежащая за пределами периода окупаемости 2. Не адаптивен. 3. Не оценивает рентабельность инвестиций

В свою очередь статические методы имеют и недостатки:

- не учитывают моменты получения доходов и производства расходов (инвестиций), т. е. не учитывают временную стоимостное выражение денег (причина изменения). Из чего можно заключить, что в процессе расчета сопоставляются фактически несопоставимые величины;

- показателем возврата инвестиционного капитала чаще всего принимается только лишь доход. Тем не менее в реальной практике капиталовложения возвращаются в виде денежного потока, состоящего из чистой прибыли и амортизационных отчислений, вследствие чего расценивание эффективности инвестиций значительно искажает результаты расчетов: завышает период окупаемости и занижает показатель эффективности;

- не принимается во внимание, что достигнутая раньше чрезмерность доходов над расходами может быть помещена под проценты и, таким образом, в конечном итоге выгоднее, чем достигаемая впоследствии чрезмерность (т. е. вероятность реинвестирования доходов).

Невзирая на недостатки метода чистого дисконтированного дохода, индекс NVP признан в зарубежной практике в наибольшей степени надежным в системе показателей оценки эффективности инвестиций. Несмотря на недостатки и совершенства всех рассмотренных показателей эффективности инвестиций, имеется возможность с уверенностью отметить, что они взаимосвязаны и позволяют расценивать результативность инвестиций с различных сторон и оттого их надлежит анализировать в комплексе.

Сопоставительное изучение методик позволило установить преимущества и недостатки каждой из них, а равно как экстрагировать преимущественно общие правила проведения проектного анализа, среди которых следует выдвинуть на первый план следующие:

- установление эффекта с помощью сопоставления предстоящих интегральных результатов и затрат с ориентацией на принятие максимальной положительной величины чистой текущей стоимости, индекса прибыльности, требуемой нормы дохода на основной капитал или иных показателей;

- учитывание изменения стоимости денег во времени посредством сведения предстоящих разновременных расходов и доходов к условиям их соизмеримости по экономической ценности в начальном периоде;

- применение концепции альтернативной стоимости ресурсов как нормы доходности, выплачиваемой по альтернативным вариантам вложения средств, которая применяется в качестве ставки дисконтирования;

- учитывание связанных с реализацией проекта затрат и результатов, выходящих за границы прямых финансовых интересов участников инвестиционного проекта и допускающих стоимостное установление: институциональное, социально-культурное, политическое, экологическое;

- употребление моделирования потоков продукции, ресурсов и денежных средств;

- учитывание влияния инфляции, задержек платежей и других факторов, влияющих на ценность используемых денежных средств;

— учитывание связанных с осуществлением проекта неопределенности и рисков.

Срок окупаемости, обладая значительными недостатками с теоретической точки зрения (рассматривает только

те доходы, которые находятся в рамках срока окупаемости, и не может оценить весь доход от инвестиций), на практике часто выступает в качестве основного для принятия решения.

Литература:

1. Денежное хозяйство России: Сабанти Б. М., Тиникашвили Т. Ш./Монография — Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. — 287 с.
2. Инвестиции: Вопросы и ответы/Зимин А. И. — Юриспруденция, 2010. — 256 с.
3. Инвестиции: Университетский учебник/Уильям Ф. Шарп, Гордон Дж. Александер, Джеффри В. Бейли — Инфра-М, 2010. — 1040 с.
4. Инвестиции: Учебник/Подшиваленко Г. П. — КноРус, Москва, 2010. — 200 с.
5. Экономическая оценка инвестиций: Учебно-практическое пособие/О. С. Сухарев, С. В. Шманев, А. М. Курьянов — Альфа-пресс, Москва, 2008. — 244 с.
6. Экономическая оценка инвестиций: Учебное пособие/Деева А. И. Москва: МИКХиС, 2012. — 342 с.
7. Экономическая оценка инвестиций: Учебное пособие/Г. С. Староверова, А. Ю. Медведев, И. В. Сорокина. — 2-е изд., стер. — М.: КНОРУС, 2008. — 312.
8. Баркан, М. Ш., Березовский П. В. Методологические проблемы оценки инвестиций в природоохранную деятельность промышленного предприятия // Научный вестник МГГУ. — 2012. — №3 (24). — С. 3–11

Спиральная модель социальных инноваций (European Commission, European Union)

Кузнецова Юлия Александровна, кандидат экономических наук

Институт социально-экономических исследований Уфимского научного центра Российской академии наук

В работе анализируется подход Европейской комиссии (European Commission, European Union) к определению сущности социальных инноваций. Раскрываются виды социальных инноваций, а также ключевые проблемы, по которым крайне необходима разработка и внедрение новаторских идей. Указывается, что реализация социальных инноваций проходит по этапам спиральной модели.

Ключевые слова: социальные инновации, Евросоюз, спиральная модель инноваций, условия реализации социальных инноваций.

По мнению J. Hanh, L. Andor и других членов European Commission, разработка социальных инноваций должна быть возложена не столько на органы государственной власти, государственных служащих, сколько на обычных граждан, предприятия и организации, которые с ними максимально взаимодействуют [3, р. 5]. Это дает возможность лучше удовлетворить как коллективные, так и индивидуальные запросы населения. Стимулирование инноваций, сферы предпринимательства и всего общества — основа Европейской Стратегии 2020 года. Процесс разработки и внедрения социальных инноваций состоит из следующих элементов:

- 1) выявление новых/неудовлетворенных социальных нужд, а также нужд, которые не получили адекватной обратной реакции;
- 2) разработка новых решений в ответ на эти социальные нужды;
- 3) оценка эффективности новых решений, направленных на удовлетворение социальных потребностей;
- 4) повышение соответствующими организациями эффективности социальных инноваций. Причем оценка осуществляется в рамках трех видов социальных инноваций:
 - 4.1 **социальные инновации спроса**, отвечающие на те потребности, которые традиционно не рассматриваются рынком или существующими учреждениями, и ко-

торые направлены на улучшение качества жизни наиболее уязвимых групп в обществе (молодежь, мигранты, пожилые люди, социально исключенные люди);

4.2 **перспективы социального вызова**, фокусирующиеся на инновациях для общества в целом путем интеграции социальных, экономических и экологических аспектов;

4.3 **фокус на системные изменения** — самый амбициозный из трех видов, объединяющий два вышеупомянутых, при котором изменения достигаются за счет процесса организационного развития и кардинальных изменений в отношениях между учреждениями и заинтересованными сторонами.

Основная цель, при этом, заключается в создании именно социальных изменений. По сравнению с нововведениями, разработка и реализация социальных инноваций обусловлены возникновением некоего дополнительного мотива: достижением социальной миссии.

На сегодняшний день, основные инновационные проекты в Европе развиваются в направлении решения следующих проблем:

1) миграция и старение населения стран Европейского союза (30% из 200 млн. человек международных мигрантов проживали (с 2005 г.), либо проживают в Европе. По данным Международного валютного фонда, отношение пенсионеров к работающему населению к 2050 году увеличится до 54% и только 49% мужчин в возрасте от 55–65 лет будут работать);

2) загрязнение воды, изменение климата и поиск новых источников энергии (20% поверхностных вод стран Евросоюза находятся в серьезной опасности сильного загрязнения, а 50% водно-болотистый угодий находятся под угрозой исчезновения);

3) «цифровой» разрыв общества (83% европейских компаний, внедряющих новые решения из области цифровых технологий преодолели проблему нехватки рабочей силы (42% компаний) и укрепили положительную репутацию в обществе (38%). При этом, порядка трети

европейцев никогда не использовали Интернет. В значительной степени эта группа людей в возрасте от 65 до 74 лет [4]. Преодоление такого «цифрового разрыва» может помочь также членам неблагополучных социальных групп стать равноправными участниками «цифрового» общества. Особенно это касается потенциально востребованных услуг, таких как электронное обучение, получение услуг посредством сайтов организаций здравоохранения и др.);

4) бедность и связанные с этим тенденции: социальная изоляция, детская бедность (несмотря на то, что Европа является одной из самых процветающих регионов мира, один из шести европейцев живет за чертой бедности. Причем, по данным European Commission, порядка 7 млн. чел. живут менее, чем на 5 евро в день [2]);

5) неравенство в социальном обеспечении, получении услуг в сфере здравоохранения;

6) несправедливая торговля и развитие местного производства [5].

Следует признать, что эти тенденции тесно переплетаются между собой, сопровождаются огромными проблемами их разрешения, и, в то же время, являются полем возможностей социальных инноваций.

Социальные инновации реализуются в несколько стадий. Сначала они предстают как идеи (Ideas), которые затем трансформируются в пробную версию, либо некие прототипы (Prototyping and piloting). В том случае, если апробация инновационного проекта принесла успех, разрабатывается механизм ее дальнейшей поддержки в стадии реализации (Implementation), возможно, в качестве нового предприятия или новой стратегии в уже существующей организации. Заключительная стадия (Implementation) — внедрение социальной инновации в большем масштабе таким образом, чтобы новый проект оказал действительное влияние на людей и стал частью обычной жизни. Указанные стадии образуют так называемую **спиральную модель социальных инноваций** (рис. 1).

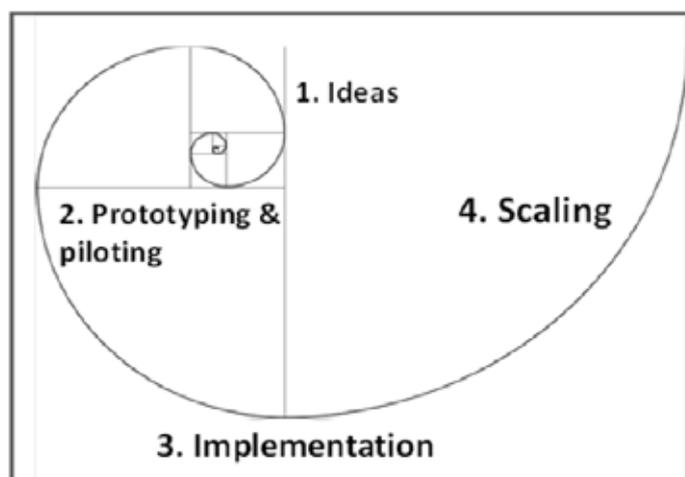


Рис. 1. Спиральная модель социальных инноваций [3]



Рис. 2. Характеристики условий реализации социальных инноваций (составлено с использованием [6])

Сложная задача высших органов власти заключается в выявлении тех идей, которые являются наиболее перспективными для того, чтобы перевести их на пилотную стадию и определить, какие из инновационных проектов могут улучшить уже реализуемые модели на практике. Необходимо, чтобы органы власти разработали программы, которые будут стимулировать переход портфеля проектов из одной стадии на следующую.

Одним из важнейших вопросов, разрабатываемых членами European Commission, является определение ответственных лиц в органах государственной власти за поддержку и развитие социальных инноваций. При этом активно обсуждаются проблемы включения социальных инноваций в реальную жизнь с учетом возможного риска и принимая во внимание имеющийся передовой опыт [1].

Активное развитие Центров социальных инноваций (CSI—Centre for social innovation) за рубежом как социальных предприятий, способствует ускорению внедрения инноваций в жизнь общества. Говоря о социальных изменениях, сотрудники подобных центров по всему миру указывают на то, что социальные изменения — это результат синергетического взаимодействия чрезвычайно сложных

составляющих. На стыке инноваций находятся условия окружающей среды, социальные условия и отдельные индивиды. То, что способствует развитию социальных инноваций предстает как некое пространство, которое обеспечивает взаимодействие людей с новыми идеями, связей с такими людьми, а также соответствующей инфраструктуры для превращения зарождающихся идей в некий реально достижимый план [6]. На рисунке 2 представим ключевые характеристики условий реализации социальных инноваций.

Несмотря на то, что исторически, многие из наиболее важных социальных инноваций были реализованы в результате случайных процессов, приведших к новым идеям, которые уже впоследствии были поддержаны органами власти, представляется, что внедрение социальных инноваций может стать организованным процессом. Эффективная программа в области развития тех социальных инноваций, которые будут широко распространены, помогут значительно повысить качество жизни населения и уровень общественного развития. Это определяет ключевую роль государственного сектора на региональном и местном уровне.

Литература:

1. Empowering people, driving change: Social Innovation in the European Union. Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2011. — 176 p.
2. Eurostat/EU-SILC: Community Statistics on Income and Living Conditions. (сайт). URL: <http://appsso.eurostat.ec.europa.eu> (дата обращения: 05.03.2014)
3. Guide to social innovation/European Commission. Belgium: European Union, 2013. — 72 p.
4. This is European social innovation/European Commission. Belgium: European Union, 2010. — 32 p.
5. Social innovation research in the European: Policy Review/European Commission. France: European Union, 2013. — 64 p.
6. <http://socialinnovation.ca> — Center for social innovation

Bewertung von Investitionsklima in der Republik Usbekistan

Куцова Эльвира Леонидовна, кандидат философских наук, доцент;
Салимов Темур Алимович, аспирант

Донской государственный университет, Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал) (г. Шахты)

Kutsowa E. L., Kandidat der philosophischen Wissenschaften, Dozent
Salimow T. A., Studierende der Aspirantur

Institut für Dienstleistungen und Unternehmertum (Zweigstelle) der Doner staatlichen technischen Universität (Schachty, Gebiet Rostow am Don)

Im modernen Wirtschaftswörterbuch von B.A. Reisberg, L. Sch. Losowskij, E. B. Starodubzewa wird der Begriff von Investitionsklima als die wirtschaftlichen, politischen, Finanzbedingungen bestimmt, die einen Zufluss der inneren und Außeninvestitionen in die Wirtschaft des Landes beeinflussen. Das wohlwollende Klima wird durch politische Stabilität, bestehende Gesetzgebungsbasis, mäßige Steuer, Sonderrechte für die Investoren charakterisiert.

Das regionale Investitionsklima ist nach der Meinung von Professorin Ju. M. Skljjarowa als eine gemeinsame Charakteristik der gesamten sozialen, wirtschaftlichen, rechtlichen, politischen, sozial-kulturellen und Organisationsvoraussetzungen vorbestimmt, die eine Investition ins regionale Wirtschaftssystem anlocken.

Das Investitionsklima ist ein umfangreicher Begriff und wird deshalb auf Basis einer Analyse verschiedener Fak-

toren bewertet, die zum wirtschaftlichen Wachstum des Landes beitragen. In der wirtschaftlichen Literatur gibt es verschiedene Bewertungsmethode von Investitionsklima. Sie unterscheiden sich voneinander durch die Forschungsziele, Anzahl der analysierten Werte und ihre Qualitätseigenschaften. In diesem Artikel analysieren wir die wirtschaftlichen, sozialen, politischen und natürlich-geographischen Werte.

Ohne Rücksicht auf Krise-Lage in der Weltwirtschaft, wächst die usbekische Wirtschaft im schnellen und hauptsächlich im stabilen Tempo. Eine gute Haushalts- und wirtschaftliche Außenpolitik, ein niedriges Niveau von Staatsschuld verbessern die makroökonomischen Werte. Im Zeitraum 2007 bis 2013 ist das Usbekistan Bruttoinlandsprodukt (BIP) über 2mal gesteigert. Das veränderte BIP ist in Dynamik auf dem Bild 1 dargestellt.

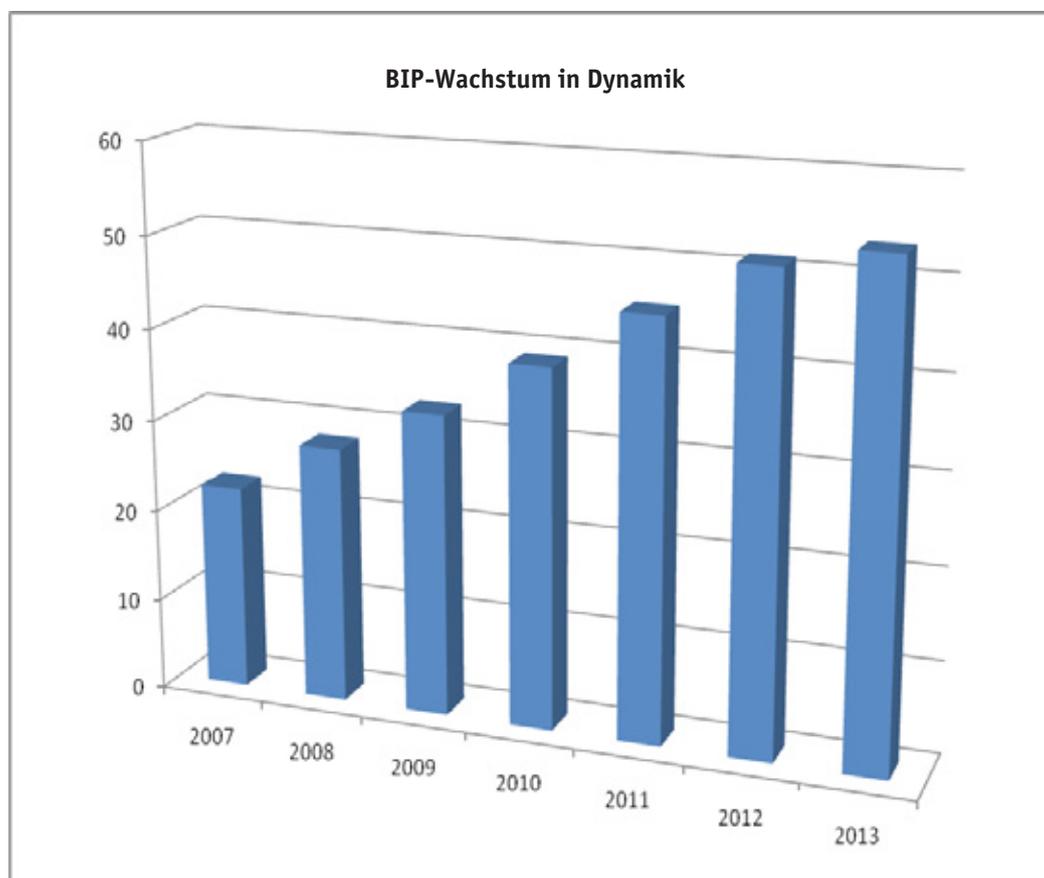


Bild 1. Dynamisches BIP-Wachstum in Jahren 2007–2013

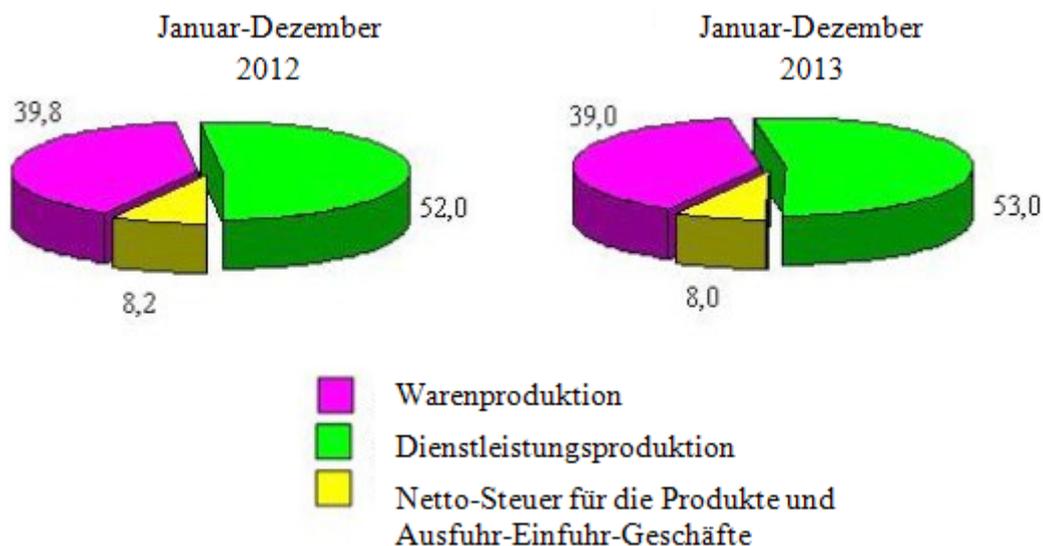


Bild 2. BIP-Struktur in Jahren 2012–2013

Seit 2007 wächst BIP in Usbekistan um 7–8% jährlich. Im Jahre 2013 betrug BIP in Usbekistan 53,2 Mrd. US-Dollar. Die BIP-Produktionsstruktur in Jahren 2012–2013 ist auf dem Bild 2 dargestellt. Produktionsvolumen der Industrieprodukte betrug im Jahre 2013 61105,8 Mrd. Sum (ungefähr 27,7 Mrd. US-Dollar). [4]

Die Grundkapitalanlagen betragen im Jahre 2013 13,2 Mrd. US-Dollar, das um 11,3% mehr im Vergleich mit 2012 ist. Davon gehört 66,85% zum Industriesektor, entsprechend 33,15% — zu außerbetrieblichen Bereichen. Nach den Angaben des Staatskomitees für Statistik gehört 53,1% der Grundkapitalanlagen im Jahre 2013 zum Anteil der Unternehmen und Bevölkerung, 20,3% sind ausländische Investitionen und Kredite, 11% sind die Bankkredite und andere Fremdmittel und 9,7% sind die außeretatmäßigen Fonds, einschließlich Rekonstruktions- und Entwicklungsfonds Usbekistan. Die ausländischen Investitionen und Kredite wurden meistens in solche Bereiche wie Verkehr und Nachrichtenverbindung (40,3%) und Brennstoff-Energie (35%) gerichtet.

Auf dem Bild 3 ist die dynamisch veränderte Bevölkerungszahl des Landes in Jahren 2001–2012 dargestellt. Anzahl der arbeitsfähigen Bevölkerung betrug im Jahre 2012 16,74 Mio. Menschen, Bevölkerungsalter ungefähr 25 Jahre durchschnittlich, 99,4% der Bevölkerung ist schriftkundig, Bevölkerungszuwachs beträgt 1,5% jährlich. [5]

Usbekistan ist ein politisch stabiles Land. Die Investmenttätigkeiten in der Republik Usbekistan werden mittels der Gesetze «Über die ausländischen Investitionen», «Über Investmenttätigkeiten» und «Über Gewährleistungen und Maßnahmen zum Rechtsschutz der ausländischen Anleger» staatlich geregelt. Die ausländischen Anleger sind auch berechtigt, nach eigenem Ermessen einen zusätzlichen Investmentvertrag abzuschließen, der neben ihrer gesamten Gewährleistungen ihre zusätzlichen Gewährleistungen und Sicherheitsmaßnahmen vorsieht. Die Steuervergünstigungen werden auch vorgestellt. Zum Bei-

spiel, nach neuer Gesetzgebung reduziert ein Betrag, der für eine Modernisierung, technische und technologische Produktionsumrüstung ausgegeben ist, innerhalb von drei Jahren die Besteuerungsbasis auf eine Summe, die diesem Betrag gleich ist.

In letzten Jahren werden die neuen Möglichkeiten mittels der abgeschaffenen Begrenzungen, Vereinfachung der Steuer- und Zollgesetzgebung in Usbekistan für die wirtschaftlichen Tätigkeiten der Wirtschaftssubjekte immer wieder entdeckt, wodurch das Unternehmertumsklima des Landes mit jedem Jahr verbessert wird.

China und Russland sind zurzeit die größten Anleger des Landes. Im September 2013 hat China mit Usbekistan eine Vereinbarung über Anlage von 15 Milliarden Dollar zur Entwicklung von Erdöl-, Gas- und Uran-Branchen des Landes unterschrieben. Und die russischen Kapitalanlagen betragen im Land ca. 6 Milliarden Dollar. Russland ist außerdem noch ein größter Handelspartner des Landes. Ungefähr 29% wird nach Russland ausgeführt und 850 russischen Unternehmen funktionieren in Usbekistan.

In Usbekistan wurden über 2800 Vorkommen und aussichtsreiche Bodenschätzlager entdeckt, das gesamte Mineral-Rohstoff-Potential des Landes beträgt ca. 3,5 Billionen Dollar. Usbekistan belegt nach mehreren Positionen, darunter nach Nichtmetallen und Metall-Bodenschätzen, landwirtschaftlichen Rohstoffen, einen der führenden Plätze in der Welt. Besonders nimmt es nach den Kupfervorräten den 11. Platz, nach Gold — den 4. Platz, nach dem Gold-Produktionsvolumen den 9. Platz, nach Uran — den 8. Platz, nach Baumwollfaser — den 5. Platz ein. [3]

Die Wirtschaft Usbekistans ist eine unter den wenigen in der Welt, die durch absolute Energie-Unabhängigkeit charakterisiert wird. Die Wirtschaft der Republik ist mit Naturgas, Erdöl und Erdölprodukten, Kohle, Kraftstrom vollkommen versorgt. In der Republik sind 188 Erdölfelder, Gas- und Kondensat-Vorkommen, 3 Kohlevorkommen abgeschlossen.

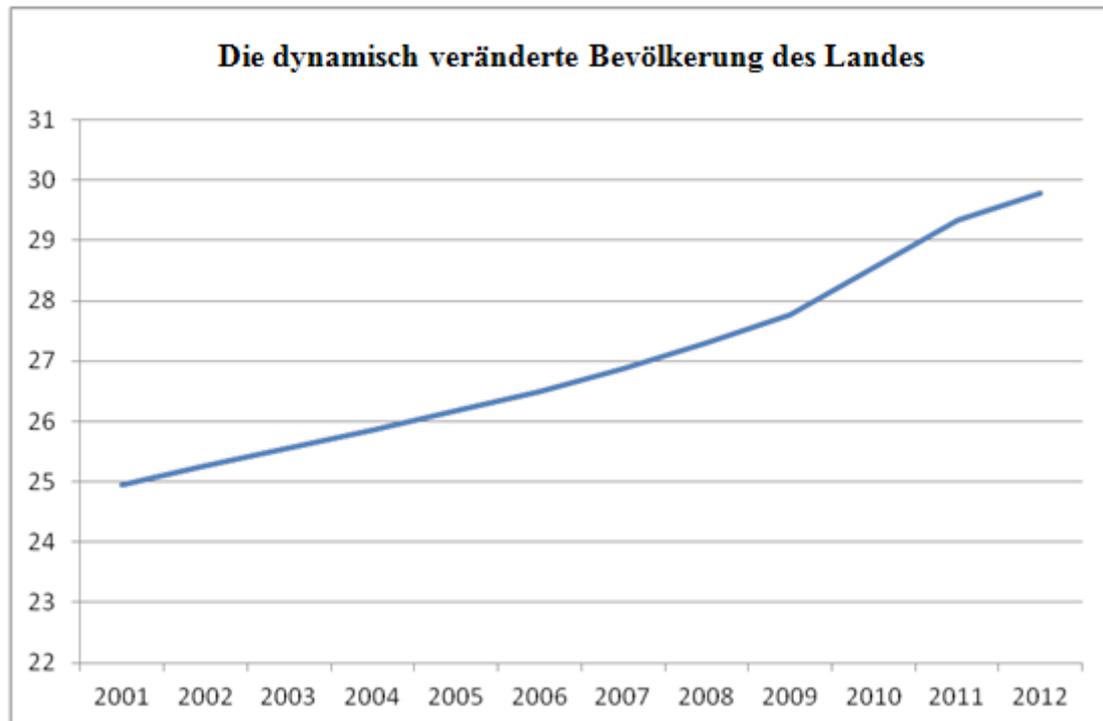


Bild 3. Die dynamisch veränderte Bevölkerung des Landes in Jahren 2001–2012

Wie es oben erwähnt wurde, ist das Investitionsklima ein kompliziertes System, auf das verschiedene Wirtschaftsfaktoren, sozial-politische und natürlich-geographische Lage beeinflussen. Bei der vorhandenen wohlwollenden Tendenz in Verbesserung der normativ-rechtlichen Basis des Landes wird das Investitionsklima in Usbekistan auch verbessert.

Politische und makroökonomische Stabilität des Landes, die guten Natur- und Klimaverhältnisse und eine bequeme geographische Lage, die reichen Mineral-Rohstoff- und Brennstoff- Energieressourcen zeugen von einem wohlwollenden Investitionsklima in Usbekistan.

References:

1. B.A. Reisberg, L.Sch. Losowskij, E.B. Starodubzewa. *Modernes Wirtschaftswörterbuch*. 5. Auflage, nachgearbeitet. — M.: INFRA-M, 2007. — 495 S. — (Wörterbuch-Bibliothek «INFRA-M»).
2. Ju. M. Skljarowa *Werkzeuge und Methodologie der Analyse mit mehreren Faktoren zum Investitionsklima Russischen Föderation: Monographie*. — Stawropol: AGRUS, 2006. — 240 S.
3. [Elektronische Ressource]. <http://Wikipedia.org>.
4. [Elektronische Ressource]. <http://stat.uz>
5. [Elektronische Ressource]. <http://www.indexmundi.com/>

Bewertung und Wirksamkeit der Kleinunternehmen

Куцова Эльвира Леонидовна, кандидат философских наук, доцент;
Салимов Темур Алимович, аспирант

Донской государственный университет, Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал) (г. Шахты)

Kutsowa E. L., Kandidat der philosophischen Wissenschaften, Dozent
Salimow T. A., Studierende der Aspirantur

Institut für Dienstleistungen und Unternehmertum (Zweigstelle) der Doner staatlichen technischen Universität (Schachty, Gebiet Rostow am Don)

In der modernen Gesellschaft schenkt man im Entwicklungsrahmen der Marktverhältnisse einer Entwicklung der Kleinunternehmen besondere Aufmerksamkeit. Diese Tendenz ist damit bedingt, dass die Kleinunternehmen unter Anwendung der Innovationstechnologien fähig sind, zum geänderten Markt genug schnell zu adaptieren, zur Reduzierung der Arbeitslosenanzahl beizutragen, die neuen Arbeitsplätze anzuschaffen.

Im modernen Russland stoßen die Kleinunternehmen oft mit einer Reihe der Probleme wegen nicht hinreichender Entwicklung der Staatspolitik in der Regulierungsbranche dieses Wirtschaftssektors zusammen. Die Hauptaufgabe des Staates ist deshalb eine Bildung der günstigen Bedingungen mittels einer Ausarbeitung der Programme auf den föderalen und regionalen Niveaus.

In modernen wissenschaftlichen Ideen werden die Entwicklungsprobleme der Kleinunternehmen aus verschiedenen Sichten betrachtet. Viele Forscher wie A.O. Blinow, T.B. Batujewa, S.A. Semenow, betonen auf die finanzwirtschaftlichen Aspekte der Kleinunternehmen. Die praktischen Einzelheiten in der Analyse und Kontrolle der Tätigkeiten von Kleinunternehmen sind in den Werken von D.A. Jendowitskij, R.R. Rachmatulina, V.I. Barilenko, O.V. Jefimova, N.P. Ljubuschkin usw. erwähnt. Solche Vielfältigkeit im Eingang zur Phänomen-Betrachtung der Kleinunternehmen erzeugt genug viele Bestimmungen zum Begriff «Kleinunternehmen». In dieser Arbeit versteht man unter dem Kleinunternehmen eine Unternehmertätigkeit, die die Personen führen, die als Subjekte der Kleinunternehmen gesetzmäßig eingetragen sind und den Eigenschaften wie sondern Unternehmertumsobjekte bestimmt sind. [1]

Als Kleinunternehmen werden gemäß der gültigen Gesetzgebung Russischen Föderation die Firmen mit einem jährlichen Ertrag unter 400 Mio. Rubel und Anzahl der Beschäftigten unter 100 Personen anerkannt. [2]

Die inländischen Forscher sondern die folgenden Eigenschaften der Kleinunternehmen aus:

1. Relativ beschränkte Ressourcen und Leistungen (Umlaufmittel, Personalanzahl);
2. Beschränkte Menge der Fertigprodukte (Waren, Dienstleistungen);
3. Der Inhaber führt das Geschäft;
4. Ein hoher Teil der unformellen Beziehungen im Kollektiv;
5. Besteht keinen Einfluss auf Bildung von Marktpreis für die ausfertigten Produkte (Dienstleistungen).

Diese Methodik lässt keine Anwendung zur Bewertung der Kleinunternehmen die Methodiken einsetzen, die zur Analyse der Großunternehmen gebraucht werden. Eine finanzielle Analyse der buchhalterischen Berichte lässt eine gesamte Wirtschaftslage der Kleinunternehmen, einen Rentabilitätsgrad der Produktion, Aktiva-Liquidität bewerten. Aber es ermöglicht nicht, einen spezifischen Einfluss der Kleinunternehmen auf eine Beschäftigung der Bevölkerung, Anschaffung der neuen Arbeitsplätze, die auf dem Markt der erbrachten Dienstleistungen (ausgefertigten Waren) besetzten Positionen festzustellen. Deshalb ist sinnig, im Bewertungsrahmen der Kleinunternehmen aufgrund der Eigenschaften mit Berücksichtigung der regionalen Besonderheiten im Allgemeinen und besonders der Branche komplett zu analysieren. Eine wesentliche Bewertungsaufgabe einer Wirkung von Kleinunternehmen ist eine Ausarbeitung von Methodik, um ein Verhältnis zwischen den Betriebskosten und Endergebnisse zu analysieren.

Bei Systemausarbeitung zur Wirkungsschätzung der Kleinunternehmen müssen die folgenden Etappen ausgliedert werden.

Die erste Etappe ist das Ziel zur Wirkungsanalyse der Kleinunternehmen festzustellen. Als Ziel zur Wirkungsanalyse der Kleinunternehmen gilt oft eine Beitragbewertung zur sozial-wirtschaftlichen Entwicklung einer Region, ein Beitrag zur Arbeitsbeschaffung der Bevölkerung usw.

Die zweite Etappe ist eine Ausarbeitung der Bewertungskriterien für eine Wirkung von Kleinunternehmen.

Bei Ausarbeitung der Bewertungskriterien sind die regionalen Besonderheiten einer wirtschaftlichen Entwicklung zu berücksichtigen, die vorhandenen Funktionsprobleme der Kleinunternehmen zu entdecken und die Angebote für eine Verbesserung der gesetzgebenden Basis auszuarbeiten, um ein Potenzial der Kleinunternehmen zu stimulieren. Zu den Analysekrterien muss außer den finanziell-wirtschaftlichen Parametern ein Einflussfaktor der Kleinunternehmen auf sozialen Bereich (Anzahl der geschafften Arbeitsplätze, Beitrag zur Problemlösung der Arbeitslosigkeit in der Region, eine Bildung der Bevölkerungsmittelschicht usw.) gehören.

Die Wirkungsbewertung der Kleinunternehmen muss die folgenden Etappen beinhalten:

1. Eine Sammlung der aktuellen Informationen über die Tätigkeiten der Firma, ihre Finanzberichte.

Eine Zielsetzung zur Durchführung der Bewertungsmaßnahmen. Wird es geplant, ein fremdes Kapital zur Entwick-

lung des Unternehmens heranzuziehen, hat eine Geschäftsführung der Kleinunternehmen die Wirkungsfaktore der Tätigkeiten in der Firma finanziell zu analysieren. Wird eine direkte Haushaltsunterstützung aus dem zusammengelegten Gebiets- oder kommunalen Haushalt geplant, ist soziale Wirkung (eine Anschaffung der neuen Arbeitsplätze, Lohnhöhe der Mitarbeiter) außer den Werten wirtschaftlicher Wirkung zu berechnen. Auf dieser Etappe ist auch wichtig, ein Niveau der Berufsvorbereitung von Personal zu betrachten. Die vorhandene Fachhochschulbildung bei Mitarbeitern sowie vorhandenen Fähigkeiten und Kenntnisse lassen einer Geschäftsführung der Kleinunternehmen die Schulungskosten reduzieren.

2. Eine Feststellung der wesentlichen Funktionsparameter für eine Gründung der Kleinunternehmen aufgrund der buchhalterischen und statistischen Berichte.

3. Eine Entdeckung der Probleme in den Tätigkeiten, Angebote zur ihren Lösung.

Nach einer Behandlung des Wesens von Kleinunternehmen, wesentlichen Verfahren zur Wirkungsbewertung bei Gründung der Kleinunternehmen kann man die folgenden Schlussfolgerungen treffen. Die Kleinunternehmen und Betriebe als besondere Form eines wirtschaftlichen Prozesses besitzen einen hohen Adaptierungsgrad zur geänderten Marktconjunktur. Eine Anwendung dieses kompletten Bewertungssystems für wirksame Tätigkeiten der Kleinunternehmen lässt einen Monitoring einer aktuellen finanziell-wirtschaftlichen Situation in Kleinunternehmen durchführen, die Empfehlungen zu geänderten Vermögensverwaltung der Betriebe rechtzeitig ausarbeiten sowie auf die geänderten Marktbedingungen in der Ausfertigung und im Vertrieb der Waren (Dienstleistungen) schnell reagieren.

References:

1. Buchhaltungs- und Steuerführung im Kleinunternehmen: Lehrbuch/D.A. Jendowitskij, R.R. Rachmatulina; Verfasser D. A. Jendowitskij. — 2. Auflage, Stereotyp. — M.: KNORUS, 2007. — 256 S.
2. Föderalgesetz Nr. 209-FZ vom 24.07.2007.

Анализ развития регионального сектора банковских услуг в Тюменской области

Ларионова Анна Владимировна, студент магистрант
Тюменский государственный университет

Банковский сектор в России и в Тюменской области в частности, выполняет практически все активные и пассивные операции, которые свойственны международной банковской системе.

В Тюменской области представлены как крупнейшие Российские Банки, так и банки региональные.

Хозяйственную деятельность на территории области по состоянию на 1 марта 2014 года осуществляют 15 местных кредитных организаций с 29 филиалами на территории области и 18 филиалами региональных банков за пределами области. Также на территории Тюменской области работают 49 филиалов кредитных организаций, головные офисы которых расположены в других регионах, также, Западно-Сибирский банк ОАО «Сбербанка РФ», который представлен 7 филиалами. Также на территории области расположены 734 дополнительных офисов банков, 107 касс, расположенных вне кассового узла; 94 кредитно-кассовых офисов, 318 операционных офисов, 10 представительств инорегиональных коммерческих банков Российской Федерации.

Все региональные коммерческие банки участвуют в системе страхования вкладов, пять из них имеют Ге-

неральные лицензии, четыре, имеют лицензии на проведение операций с драгоценными металлами.

Последние два года сохраняется положительная динамика показателей деятельности кредитных организаций тюменского региона. Показатели активных и пассивных операций представлены на рисунках 1–2.

Вклады населения снизились на 0,2% и составляют 488,8 млрд. рублей.

На счетах региональных банков было сосредоточено 135,3 млрд. руб. суммарных вкладов населения области.

На счетах инорегиональных банков сосредоточено 353,5 млрд. руб. суммарных вкладов населения области, (из которых 234,7 млрд. рублей были депонированы в рамках регионального банка Сбербанка РФ).

Банки участвуют в программах кредитования малого бизнеса, и способствуют повышению финансовой стабильности в регионе, кредитуют различные инвестиционные проекты, сотрудничают с лизинговыми компаниями, организуют финансирование различных импортных контрактов.

Кредитование физических и юридических лиц, резидентов Тюменской области, за 1 квартал 2014 года вырос



Рис. 1. Динамика вкладов и числа наиболее активных участников рынка

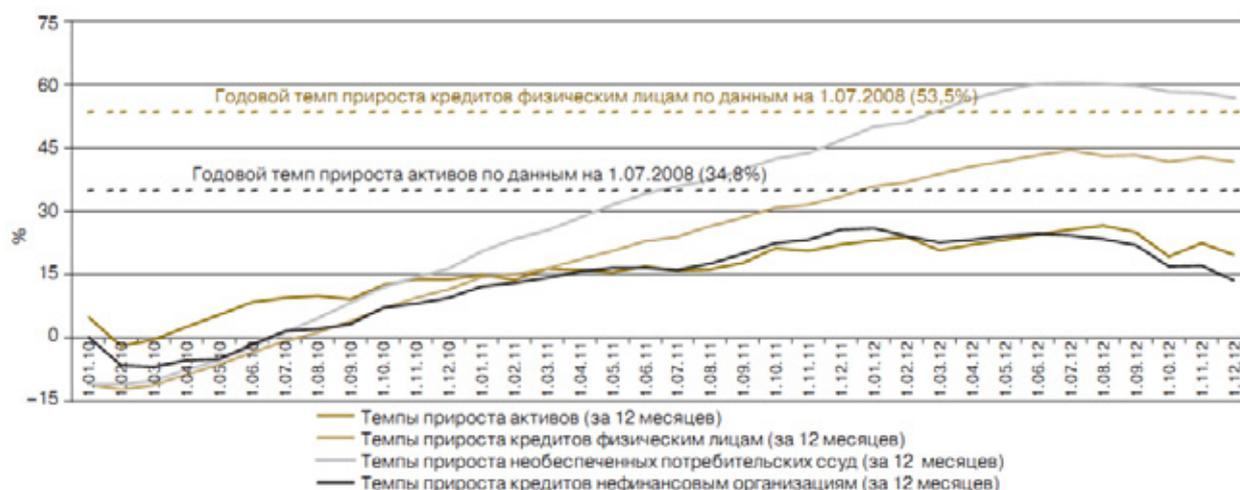


Рис. 2. Динамика кредитов физическим лицам и нефинансовым организациям и активов банковского сектора

на 25,9 млрд. рублей, или на 2,3%, составив в итоге, 1129,4 млрд. рублей.

За первый квартал 2014 года юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям было выдано более 103,2 млрд. рублей кредитов. Физические лица воспользовались кредитами на сумму 50,7 млрд. руб. По сравнению с аналогичным периодом 2012 года объемы вновь выданных кредитов юридическим лицам выросли на 5%, физическим — 9%.

В настоящее время, ипотечные кредиты жителям Тюменской области предоставлены на общую сумму более чем 10,7 млрд. рублей. Таким образом, объем ипотечного кредитования по отношению к прошлому году возрос более чем на 35%, что по сумме больше аналогичного периода 2013 года.

Процентная ставка по ипотечным кредитам против соответствующего периода 2013 года снизилась на 0,5 процентного пункта и составила 12,2%.

По объему задолженности по жилищным кредитам

Тюменская область заняла третье место в России после Москвы и Московской области.

Просроченная задолженность по кредитованию юридических лиц, показала рост в течение квартала на 20%, и составила 9,6 млрд. рублей. Просроченная задолженность физических лиц выросла более чем на 17%, и составила в общем объеме около 9,1 млрд. рублей. Такой быстрый и значительный рост просроченной задолженности (как юридическими так и физическими лицами), является отрицательным фактом, и свидетельствует о недостаточно полной оценке банками кредитоспособности потенциальных клиентов, а также об ускоренном росте объема кредитования. Также, можно констатировать, что объем просроченной задолженности юридических лиц (в том числе индивидуальных предпринимателей) составляет 5,82% от общей суммы выданных кредитов, объем просроченной задолженности по кредитованию физических лиц составил 11,77%.

Следовательно, невозвраты кредитов физическими ли-

цами в области почти в два раза превышают невозвраты кредитов юридическими лицами.

Большая часть просроченной задолженности относится к кредитам, которые были выданы филиалами банков других регионов.

За первый квартал региональными банками получена прибыль в размере 2,6 млрд. рублей, что в 1,6 раза меньше, чем за аналогичный период 2012 года.

Показатели ликвидности и платежеспособности банков региона, находится на достаточном уровне, соответствующем нормативам установленным Центральным Банком РФ. Рефинансирование кредитных организаций осуществляющих свою деятельность в ре-

гионе, как и в других регионах России осуществляет Центральный Банк РФ.

Банки региона осуществляют большой объем безналичных банковских операций, в с использованием международных платежных систем стандарта СВИФТ 2.

Можно отметить, что востребованность услуг, предоставляемых банками на территории региона растет ускоренными темпами, что свидетельствует о выходе отрасли в регионе из кризиса, а также, об интенсивном восстановлении экономики Тюменской области.

Потребительское кредитование жителей сельской местности продолжает оставаться востребованным банковским продуктом со стороны частных клиентов.

Литература:

1. Западно-Сибирский банк Сбербанка России http://sberbank.ru/tyumen/ru/about/tb_today/
2. Карминский, А. М. Нужна ли модернизация российской банковской системы? / А. М. Карминский, А. Ю. Морозкин // Банковское дело. — 2010. — №3. — с. 39–43.
3. О состоянии банковского сектора Тюменской области <http://www.vsluh.ru/news/economics/265267>.
4. Обзор банковского сектора РФ (интернет-версия). — Режим доступа: www.cbr.ru.
5. Турбанов, А. В. Формирование ресурсной базы банковского сектора / А. В. Турбанов // Банковское дело. — 2007. — №10. — с. 56–57.

Конвергенция инвестиционного климата стран-членов ЕврАзЭС

Летникова Анастасия Геннадьевна, студент
Белорусский государственный университет (г. Минск)

Ключевые слова: инвестиционный климат, межстрановая конвергенция, интеграционная группировка ЕврАзЭС, инвестиционная привлекательность, инвестиционный потенциал.

В современном мире в эпоху глобализации наблюдается жесткая конкурентная борьба за привлечение иностранных инвестиций. Прежде всего, это обусловлено тем, что ПИИ оказывают ряд положительных эффектов на развитие стран-реципиентов: способствуют вовлечению стран в международное производство товаров и услуг, оказывают влияние на экономический рост, изменение международной специализации национальной экономики и место страны в международном разделении труда. Поэтому обеспечение достаточного притока иностранных инвестиций является одной из главных задач для правительства любой страны. В связи с этим создание благоприятных инвестиционного климата и бизнес среды является одним из важнейших условий для привлечения иностранных инвестиций.

Наличие конвергенции необходимо как для перехода на более высокую ступень интеграционного сотрудничества, так и при вступлении новых членов в интеграционное объединение. Кроме этого, конвергенция инвестиционного климата стран-членов интеграционной группировки повышает привлекательность всего ре-

гиона для иностранных инвесторов. Для достижения конвергенции отдельных экономических показателей государствам необходимо координировать свою экономическую политику.

Понятие экономической конвергенции описывает взаимное сближение (сходимость и согласование) определенных различающихся экономических систем, их положения, развития и целей. В экономической литературе предлагается следующее трактовка данного понятия: конвергенция — (от нем. *Konvergenz* — сходимость) — использование различных показателей, критериев для оценки схожести оцениваемого объекта с позиции сравнительного анализа как отдельных государств, так и внутри государства отдельных отраслей. В качестве объекта оценки может выступать экономика, промышленность, транспорт, право и т. д.

Теория конвергенции основывается на исследованиях, выполненных начиная со второй половины восьмидесятых годов прошлого века. В 1986 году В. Баумол опубликовал статью посвященную вопросам межстрановой конвергенции. Конвергенция доходов на душу населения

в штатах США рассмотрена в работах Р. Барро и Х. Сала-и-Мартина.

В настоящее время рассматривается два основных типа конвергенции: δ -конвергенция и β -конвергенция. Под δ -конвергенцией понимается процесс уменьшения дифференциации индикаторов, характеризующих рассматриваемые экономические показатели развития стран или регионов. Таким образом, наличие δ -конвергенции предполагает сокращение межстранового разброса рассматриваемых показателей. Этот тип конвергенции имеет место в том случае, если наблюдается сближение рассматриваемых показателей по странам в течение всего исследуемого периода. Соответственно, происходит снижение различия между показателями к концу периода.

В данной работе исследуется межстрановая δ -конвергенция государств-участниц ЕврАзЭС. В настоящее время исследование конвергенции распространены на широкий круг индикаторов развития стран и их регионов. Тем не менее, для анализа показателей, характеризующих инвестиционный климат в странах, методология конвергенции ранее не использовалась.

Основной идеей проводимого исследования являлась проверка наличия конвергенции при анализе изменения показателей, характеризующих инвестиционный климат стран-членов интеграционной группировки.

Исследования динамики дифференциации показателей инвестиционного климата (δ -конвергенции) основаны на традиционных методах математической статистики, использующих такие характеристики, как дисперсия, среднеквадратическое отклонение, коэффициенты вариации. Наиболее целесообразным представляется использование коэффициента вариации по сравнению с дисперсией или стандартным отклонением, так как он позволяет определить не абсолютные, а относительные отклонения показателей от средних значений.

При проведении исследований применялись известные методы и инструменты, используемые при моделировании δ -конвергенции. Для подтверждения наличия δ -конвергенции необходимо, чтобы выполнялось неравенство:

$$\delta_{t+T} < \delta_t \quad (1)$$

где t — начальный год исследуемого периода, T — продолжительность периода в годах, δ -коэффициент вариации. Снижение коэффициента вариации во времени свидетельствует о процессе конвергенции исследуемого экономического показателя.

В исследовании проводится расчет межстрановой конвергенции по нескольким показателям, характеризующим инвестиционный климат страны:

— доля ПИИ в ВВП страны (используется Всемирным банком для расчета индекса привлечения иностранных инвестиций),

— темпы роста ВВП (как показатель потенциала экономики),

— общей налоговой ставки,

— среднемесячной заработной платы стран-членов ЕврАзЭС.

Так как размеры экономик стран, входящих в интеграционную группировку, сильно различаются, то рассчитаем конвергенцию относительного показателя — доли ПИИ в ВВП стран.

Рассчитаем конвергенцию доли ПИИ в ВВП стран членов группировки, как отрицательную тенденцию вариации. Вариация — колеблемость или изменчивость величин признака у единиц совокупности. Под вариацией во времени подразумевается изменение значений признака в различные моменты времени. Коэффициент вариации — мера относительного разброса значений совокупности: показывает, какую долю среднего значения этой величины составляет ее средний разброс.

Рассчитаем коэффициент вариации по группе стран за 2000 год. Для этого нужно определить среднюю арифметическую по формуле:

$$\bar{x} = \frac{\sum x}{n},$$

$$\bar{x} = \frac{11,93}{5} = 2,39 \quad (2)$$

где \bar{x} — арифметическая средняя, n — количество стран.

Расчет дисперсии, характеризующей меру разброса около ее среднего значения (мера рассеивания, т.е. отклонения от среднего):

$$D = \frac{\sum (x_i - \bar{x})^2}{n},$$

$$D = \frac{30,45}{5} = 6,09. \quad (3)$$

И расчет среднего квадратического отклонения (средняя ошибка выборки):

$$\sqrt{D} = \sqrt{6,09} = 2,47. \quad (4)$$

Теперь можно рассчитать коэффициент вариации по следующей формуле:

$$v = \frac{\sqrt{D}}{\bar{x}} = \frac{2,47}{2,39} * 100\% = 103,43\%. \quad (5)$$

где v — коэффициент вариации.

Подобным образом рассчитываем коэффициент вариации за все года. Рассчитанные данные представлены в таблице 1.

Исходя из данных таблицы, можно отметить, что коэффициент вариации снижается, т.е. происходит конвергенция данного показателя по приведенным странам. Таким образом, можно отметить, что реальная способность экономик привлекать иностранные инвестиции постепенно сближается. Кроме этого, следует отметить увеличение доли ПИИ в ВВП стран-членов ЕврАзЭС. Данная тенденция происходит благодаря увеличению от-

Таблица 1. Доля ПИИ в ВВП стран – членов ЕврАзЭС и коэффициент вариации данного показателя

Страна/год	Беларусь	Казахстан	Кыргызстан	Россия	Таджикистан	Коэффициент вариации
2000	0,93	7,01	0,15	1,05	2,79	108,5
2001	0,78	12,8	0,33	0,9	0,83	154,81
2002	1,69	1,05	0,31	1,01	2,95	63,36
2003	0,96	6,78	2,4	1,84	2,06	72,73
2004	0,71	9,63	7,91	2,61	13,1	67,03
2005	1,02	3,45	1,75	2,03	2,34	37,69
2006	0,97	7,75	6,42	3,8	11,98	60,08
2007	3,99	10,6	5,47	4,39	9,68	40,52
2008	3,6	10,73	7,33	4,5	7,28	37,48
2009	3,81	11,48	4,03	2,99	0,32	82,18
2010	2,52	7,8	9,14	2,83	0,28	74,69
2011	6,23	7,39	11,2	2,9	0,17	67,9
2012	2,28	6,89	5,75	2,55	4,16	41,3

Таблица 2. Темп роста ВВП стран – членов ЕврАзЭС и коэффициент вариации данного показателя

Страна/Год	Беларусь	Казахстан	Кыргызстан	Россия	Таджикистан	Коэффициент вариации
2000	5,8	9,8	5,4	10,0	8,3	24,7
2001	4,7	13,5	5,3	5,1	10,2	45,16
2002	5,0	9,8	0,0	4,7	10,8	64,4
2003	7,0	9,3	7,0	7,3	11,0	19,3
2004	11,4	9,6	7,0	7,2	10,3	19,03
2005	9,4	9,7	-0,2	6,4	6,7	55,7
2006	10,0	10,7	3,1	8,2	7,0	34,47
2007	8,6	8,9	8,5	8,5	8,0	3,41
2008	10,2	3,3	8,4	5,2	8,0	34,97
2009	0,2	1,2	2,9	-7,8	3,5	-
2010	7,7	7,3	-0,5	4,5	6,5	59,01
2011	5,5	7,5	6,0	4,3	7,4	19,61
2012	1,5	5,0	-0,9	3,4	7,5	87,22

крытости национальных экономик для иностранного капитала и более глубокому их включению в мировую хозяйственную систему, что и способствует повышению привлекательности данного региона для иностранных инвесторов.

Рассчитаем также конвергенцию потенциала стран для привлечения ПИИ. Для этого рассчитаем коэффициент вариации такого показателя как темпы роста ВВП. Данный показатель отражает способность экономик стран – членов ЕврАзЭС поддерживать устойчивые темпы роста ВВП, а также частично степень зависимости национальных экономик от внешних факторов и колебаний мировой конъюнктуры.

Коэффициенты вариации темпов роста ВВП стран – членов ЕврАзЭС за период с 2000 по 2012 гг. рассчитаны на основе алгоритма вычислений, представленного выше (формулы 2–5). Рассчитанные данные приведены в таблице 2.

Исходя из рассчитанных данных, можно отметить, что коэффициент вариации не имеет четкой тенденции к сокращению. Темпы роста ВВП стран ЕврАзЭС варьируются значительно, что говорит о разной степени зависимости экономик от мировой конъюнктуры, а также о том, что страны не готовы пока поддерживать схожие темпы роста.

Если построить линию тренда (Рис. 1), то очевидно, что коэффициент вариации растет, то есть имеет место дивергенция по данному показателю. Следует также отметить, что у рассмотренных стран наблюдается снижение свойственных для транзитивных экономик относительно высоких темпов роста ВВП.

Так как ставки налогов отмечаются как один из основных факторов, препятствующих ведению бизнеса в странах – членах ЕврАзЭС при проведении исследования «Enterprise surveys», основанного на опросе предприятий, ведущих хозяйственную деятельность в данных

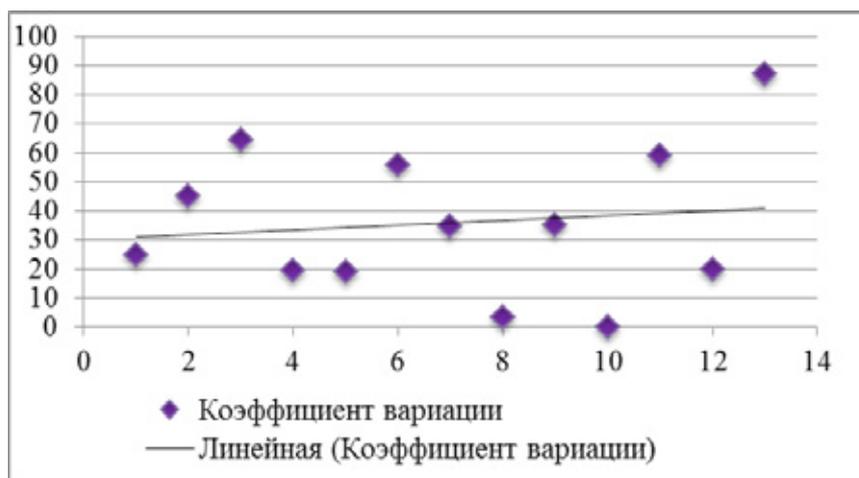


Рис. 1. Коэффициента вариации темпов роста ВВП и линия тренда с 2000 по 2012 гг.

Таблица 3. Общая налоговая ставка по странам-членам ЕврАзЭС и коэффициент вариации

Страна/год	Беларусь	Казахстан	Кыргызстан	Россия	Таджикистан	Коэффициент вариации
2005	137,3	44,1	68,1	60	79,9	40,9
2006	137,3	44,2	67,2	51,2	79,9	43,57
2007	120,8	41,4	61,4	51,2	80	39,47
2008	117,5	41,5	61,4	48,3	83,4	39,11
2009	99,7	34,7	59,4	48,3	83,8	36,21
2010	80,5	28,6	30,6	46,5	84	44,19
2011	62,3	28,6	33,4	46,9	84,5	39,87
2012	60,5	28,6	33,4	54,1	84,5	38,55
2013	54	28,6	33,4	50,7	86	40,1

странах, то следует отдельно рассмотреть сферу налогообложения.

Рассчитав коэффициент вариации по общей налоговой ставке, можно отметить, что коэффициент вариации колеблется незначительно, тем не менее имеется тенденция хоть и к медленному, но его сокращению, т.е. наблюдается постепенная конвергенция по данному показателю.

Показатель общей налоговой ставки создан для представления комплексной оценки всех затрат, которые несет предприятие в связи с оплатой всех налогов. Эта ставка отличается от установленной законом налоговой ставки, которая представляет собой просто коэффициент, применяемый к налоговой базе. При расчете налоговой ставки фактически подлежащий уплате налог делится на коммерческую прибыль.

Рассмотрим данный показатель по странам внутри интеграционной группировки. Наиболее низкую общую налоговую ставку имеет Казахстан с показателем 28,6%. Затем следует Кыргызстан с показателем 33,4%, Российская Федерация — 50,7%, Беларусь — 34% и наиболее высокую ставку общего налога с показателем 86% имеет Таджикистан. При сопоставлении с данными по странам Центральной Азии и Восточной Европы следует отметить,

что общая налоговая ставка Казахстана и Кыргызстана имеют наименьшую налоговую нагрузку.

Важным фактором, влияющим на инвестиционный климат страны, является также стоимость рабочей силы. Рассчитав коэффициент вариации, можно сделать вывод, что наблюдается его сокращение, т.е. происходит конвергенция по данному показателю. Можно также отметить, что наиболее высокие показатели имеют страны-члены ТС. Наиболее высокую среднемесячную заработную плату имеет Россия, затем Казахстан, Беларусь, Кыргызстан, и наименьшую — Таджикистан. Стоит также отметить, что наибольшая среднемесячная заработная плата наблюдается в России, что может послужить усилению миграции из стран — членов Таможенного союза ЕврАзЭС в рамках свободного перемещения рабочей силы.

Таким образом, при расчете конвергенции показателей, характеризующих инвестиционный климат стран-членов ЕврАзЭС, можно сделать вывод о том, что в них протекают процессы как конвергенции отдельных показателей (в частности доли ПИИ в ВВП), так и дивергенции (темпы роста ВВП). В отношении сферы налогообложения имеет место постепенная, хотя и медленная, конвергенция. Одним из факторов конвергенции показателя «доля ПИИ

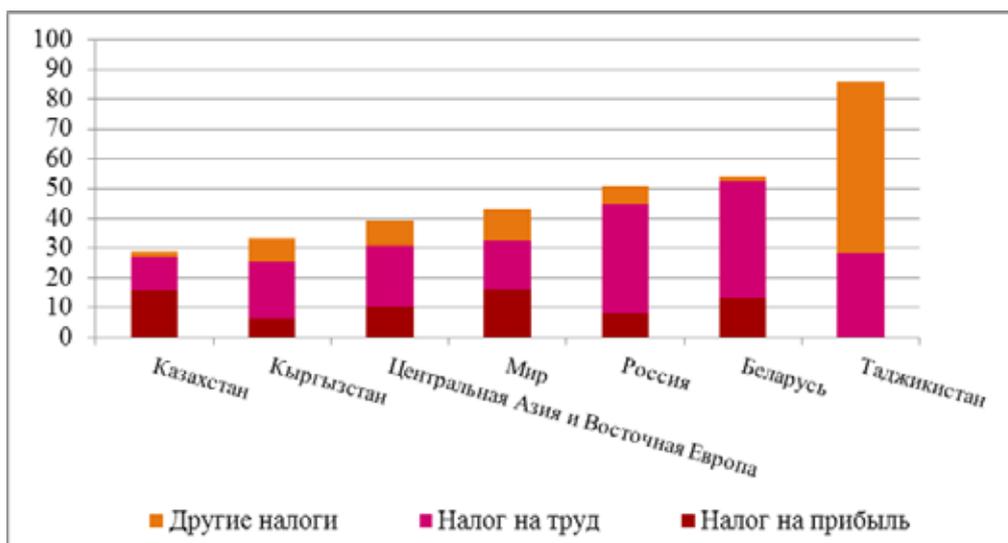


Рис. 3. Общая ставка налога по странам ЕврАзЭС, региону ЦВЕ и миру, %

Таблица 4. Среднемесячная заработная плата в странах – членах ЕврАзЭС и коэффициент вариации, долл. США

Страна/Год	Беларусь	Казахстан	Кыргызстан	Россия	Таджикистан	Коэффициент вариации
2008	351,78	452,99	120,08	603,39	58,89	64,12
2009	334,17	505,29	132,65	483,44	77,61	57,27
2010	346,01	449,86	135,40	622,33	79,83	61,29
2011	468,16	527,58	150,06	696,61	93,35	59,42
2012	344,16	620,40	207,52	782,15	110,29	61,07
2013	506,14	657,42	214,55	893,77	143,46	57,6
2014	552,12	672,84	218,33	838,11	169,64	52,8

в ВВП» может служить свойственная всем странам группировки тенденция увеличения этой доли. Что происходит благодаря мировым тенденциям глобализации и увеличения объемов перемещаемого между странами капитала, увеличения вложений ПИИ в развивающиеся рынки и постепенное открытие экономик, нуждающихся в трансформации, для иностранных инвестиций. Одним из факторов дивергенции по показателю «темпы роста ВВП» могут служить незавершенные трансформационные процессы, происходящие в странах ЕврАзЭС. Темпы роста

ВВП стран–членов ЕврАзЭС варьируются значительно, что говорит о разной степени зависимости экономик от мировой конъюнктуры, а также о том, что страны не готовы пока поддерживать схожие темпы роста. По показателю среднемесячной заработной платы наблюдается конвергенция, в особенности среди стран–членов Таможенного союза. Наибольшая среднемесячная заработная плата наблюдается в России, что может послужить усилению миграции из стран — членов Таможенного союза ЕврАзЭС в рамках свободного перемещения рабочей силы.

Литература:

1. Barro, R. J., Sala-i-Martin X. Convergence across states and regions // Brookings Papers on Economic Activity, Economic Studies Program, The Brookings Institution. — 1991. — №22 (1). — P. 107–182.
2. Enterprise surveys data // Enterprise surveys by the World Bank and International Finance Corporation [Electronic resource]. — Mode of access: <http://www.enterprisesurveys.org/Data/>. — Date of access: 12.02.2014.
3. World Development Indicators // The World Bank [Electronic resource]. — 2014. — Mode of access: <http://data.worldbank.org/data-catalog/world-development-indicators>. — Date of access: 07.03.2014.
4. Дисперсия, стандартное отклонение, коэффициент вариации // Статистический анализ методы, аналитика, познавательные факты [Электронный ресурс]. — 2014. — Режим доступа: <http://statanaliz.info/teoriya-i-praktika/10-variatsiya/15-dispersiya-standartnoe-otklonenie-koeffitsient-variatsii>. html. — Дата доступа: 11.02.2014.

5. Конвергенция — основа построения экономического интеграционного образования ЕС/И. П. Стеценко // Известия Санкт-Петербургского Университета экономики и финансов. — 2003. — №4. — С. — 73–83.
6. Налогообложение // Оценка бизнес регулирования Doing Business [Электронный ресурс]. — 2014. — Режим доступа: <http://russian.doingbusiness.org/methodology/paying-taxes>. — Дата доступа: 08.03.2014.
7. Пиньковецкая, Ю.С. Анализ межрегиональной конвергенции на примере малого предпринимательства в России/Ю.С. Пиньковецкая // Научно-методический электронный журнал Концепт [Электронный ресурс]. — 2013. — Режим доступа: <http://e-koncept.ru/2013/53627.htm>. — Дата доступа: 02.02.2014.
8. Среднемесячная заработная плата в странах — членах ЕврАзЭС // Межгосударственный статистический комитет Содружества Независимых Государств [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.cisstat.org>. — Дата доступа: 11.03.2014.

Внедрение инновационных средств в сельскохозяйственное производство

Липский Роман Викторович, старший преподаватель
Полтавская государственная аграрная академия (Украина)

Для реализации инноваций следует обеспечить предпосылки внедрения эффективных механизмов управления инновационной деятельностью на уровне сельскохозяйственных предприятий: осуществление поддержки инновационных процессов и моделей развития производства в агроформированиях; максимально возможное привлечение отечественных и иностранных инвестиций в инновации; развитие системы информационного обеспечения предприятий из разных аспектов инновационной.

Ключевые слова: инновации, высокоэффективное инновационное развитие, инновационный потенциал, развитие аграрного производства.

В процессе сохранения и использования ресурсов в сельскохозяйственных предприятиях важную роль играет внедрение новейших технологий и достижений научно-технического прогресса. Инновации являются средством повышения эффективности производства продукции, а также средством адаптации предприятия, к изменениям социальной, экономической, экологической среды. Инновационный процесс в сельскохозяйственном производстве — это постоянный, непрерывный процесс превращения отдельных технических, технологических, агрохимических, биологических и организационно экономических идей и научных вариантов решения определенного практического задания с целью перехода аграрных отраслей и предприятий на качественно новый уровень производственного процесса.

В настоящее время значительная часть отечественных агропредприятий, особенно малых несостоятельная производить высококачественную и конкурентоспособную продукцию. Это является результатом таких негативных явлений как: обветшалый машинно-тракторный парк; диспаритет цен на продукцию промышленности и сельского хозяйства; постоянный рост цен на материалы; несовершенная кредитно-финансовая система и законодательная база; ограниченность информационных ресурсов, потеря высококвалифицированных работников; отсутствие необходимых инвестиций и доступных инноваций [1].

Эти проблемы стали особенно острыми в связи с приобретением Украиной членства в структурах ВТО, которая требует от нашего государства снабжения на ми-

ровой рынок высококачественной конкурентоспособной продукции. Таким образом, появляется острая необходимость в переориентации традиционного ведения хозяйства на высокоэффективное инновационное.

В системе экономического потенциала аграрных предприятий важное значение принадлежит инновационному потенциалу, который, безусловно, является стратегическим критерием результативности и эффективности их функционирования (рис. 1).

Инновационный потенциал — способность к изменению, улучшению, прогрессу, это источник развития. Если рассматривать шире, то это способность хозяйства или субъекта ведения хозяйства делать новую, научно вместительную, продукцию, которая отвечает требованиям рынка и содержит в себе:

- производственные мощности для изготовления средств производства;
- профессиональный и научно-технический состав персонала;
- мощности экспериментальной базы, связанной с подготовкой нового производства;
- инструменты и оснастка для проведения наукоемких операций;
- возможности внедрения нововведений и его контроля [4].

Доказательством этому может служить такое явление, как диффузия инноваций. Так, применение нового оборудования (какое является конкретным результатом инновационного процесса) ведет к изготовлению новой



Рис. 1. Элементы инновационного потенциала аграрных предприятий

продукции, которая в свою очередь, выходя на рынок, является источником, фактором последующих изменений.

Уменьшение инновационного потенциала аграрных предприятий в современных условиях связано в первую очередь с недостатками системы регуляции инновационной деятельности. Среди них слаборазвитая инфраструктура осуществления инноваций, снижение объемов финансирования инновационной деятельности, трансформационные процессы организационной структуры предприятий, которые занимаются инновационной деятельностью [2].

В современных условиях инновационная стратегия управления ресурсами должна регламентировать порядок хозяйственной деятельности и направляться на определение подходов к управлению инновационной деятельностью аграрных предприятий и, в частности, ее мотивации. Сегодня целью инноваций является усовершенствование деятельности аграрных предприятий для обеспечения удовлетворения потребностей потребителей и оптимальной

загрузки перерабатывающих производств. Инновационная политика регламентирует сложную систему научно-технической, маркетинговой, управленческой, производственной и экономической деятельности [1].

В аграрной деятельности разработка инноваций и их внедрение связано преимущественно с новыми сортами растений, выведением новых пород животных, разработкой новой техники, новыми ресурсосберегающими технологиями, применение которых, в большинстве случаев, изменяет характерные свойства сельскохозяйственной продукции, которая производится, но не приводит к появлению новых видов продукции.

Аграрные инновации имеет ряд особенностей в сравнении с инновациями в других отраслях экономики (рис. 2).

На современном этапе развития аграрного производства важными направлениями развития инноваций являются: применение биотехнологии для создания сельскохозяйственной продукции с заданными свойствами;

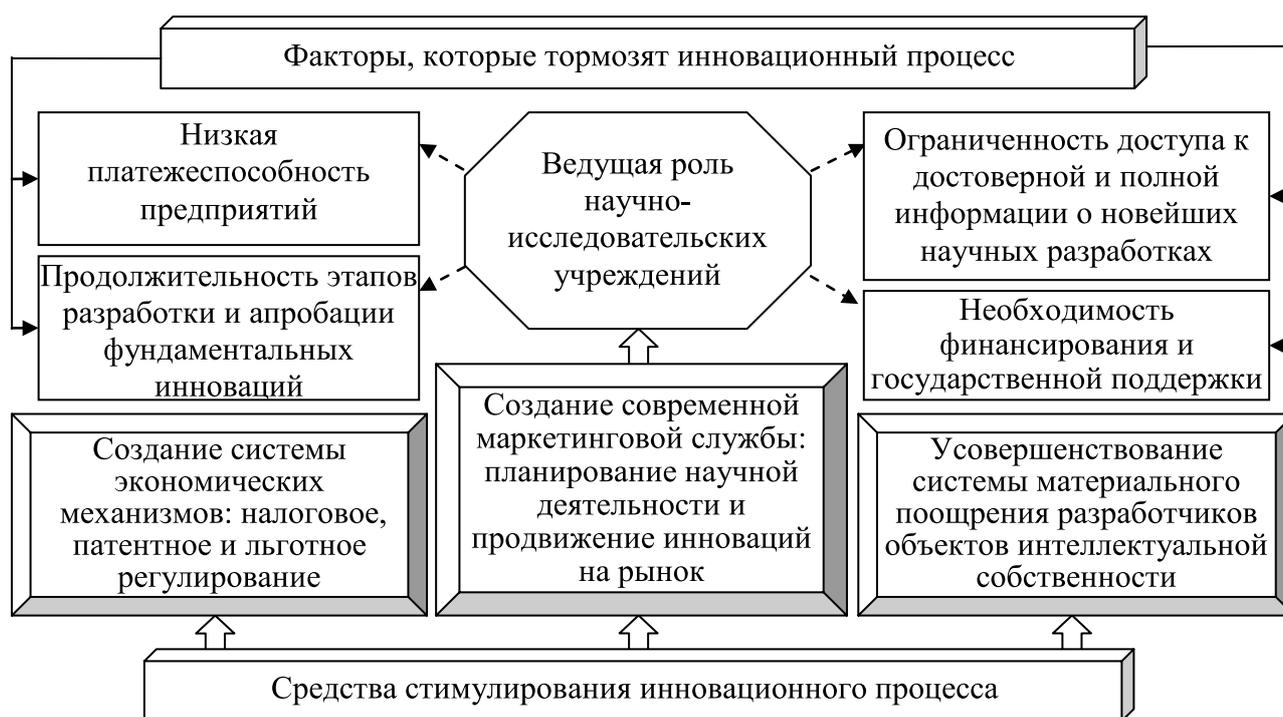


Рис. 2. Особенности инноваций в сельском хозяйстве *

*Разработано автором

ландшафтное и высокоточное земледелие; новые почвозащитные технологии земледелия на основе минимального или нулевого возделывания земли; энерго- и ресурсосберегающие технологии, селекция и семеноводство, и тому подобное [4]. В частности, в производстве сельскохозяйственной продукции только за счет селекции сорта можно достичь увеличения объемов производства на 30–40%.

Актуальным заданием в создании механизмов управления инновационной деятельностью на уровне сельскохозяйственных предприятий является координирование процесса разработки системы поддержки инновационной деятельности, составляющими которой являются объекты инфраструктуры поддержки инновационной деятельности в регионе. В инновационной инфраструктуре не исключено также образование научно-технических альянсов, консорциумов, совместных инновационных предприятий (в том числе и международных), бизнес-инкубаторов, кластерных структур, агропромышленных научных парков. Важным вопросом в формировании механизмов управления инновационной деятельностью является определение субъектов (звеньев) управления и обоснования их функций (рис. 3).

Создание ресурсного блока инновационного развития аграрного производства должно способствовать решению проблем финансового, материального и кадрового обеспечения. Важную роль в ресурсном обеспечении инновационных процессов играет финансовый аспект. Финансовое обеспечение инновационных превращений возможно за счет следующих источников:

- создание паевого инновационного фонда агроформирований при участии, как государственных средств, так и взносов частных предприятий;
- выделение определенного ежегодного процента средств из доходной части бюджетов регионального уровня на инновационные потребности;
- привлечение инвестиций в инновационную инфраструктуру аграрного производства региона, которое сопровождается налоговыми льготами;

— активизации привлечения инвестиций под гарантии органов власти [2].

В целом Украина имеет потенциальные возможности для успешного осуществления инновационной деятельности, но на уровне государства необходимо выполнить ряд мероприятий:

- 1) обеспечить стабильную экономическую ситуацию в стране для привлечения инвестиций в агропромышленный комплекс;
- 2) предоставить льготы предприятиям, которые создают инновационный продукт, который позволит увеличить финансовые ресурсы для реализации инновационной программы предприятия;
- 3) сориентировать финансово-кредитные учреждения на предоставление кредитов предприятиям, которые занимаются инновационной деятельностью.

Использование предложенных мероприятий по стимулированию внедрения инноваций предприятиями агропромышленного производства позволит улучшить процесс производства, эффективно использовать внутренние и привлекать внешние инвестиции в инновационную деятельность.

Таким образом, можно сделать вывод, что внедрение инновационных средств в аграрных предприятиях возможно лишь благодаря взаимосвязанному действию факторов: инвестиционной поддержке инновационной деятельности всех сфер агропромышленного сектора: сельского хозяйства, как главной отрасли; промышленности, которая производит средства производства для него; перерабатывающей промышленности; развитию международного научно-технического сотрудничества в системе агропромышленного производства; созданию инфраструктуры инновационной деятельности в системе АПВ и в отдельных предприятиях; усовершенствованию системы нормативно законодательных актов, которые регулируют инновационные процессы в государстве и в агропромышленном секторе, в частности.

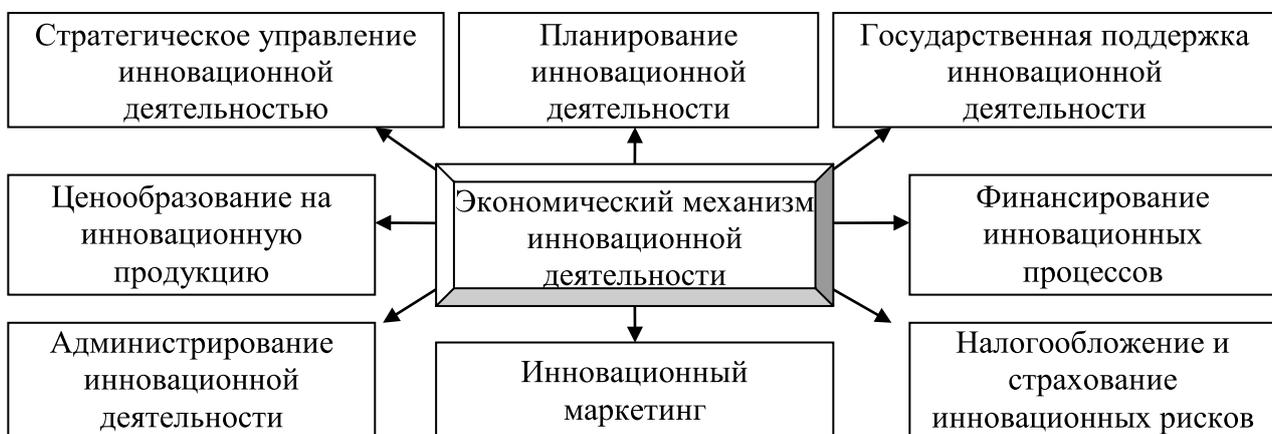


Рис. 3. Составляющие организационно экономического механизма управления инновационной деятельностью сельскохозяйственных предприятий*

* Обобщенно автором

Литература:

1. Агропромышленный комплекс Украины: состояние и перспективы развития: [наук. сб. за матер. VII Пленума Союза экономистов Украины та Всеукр. наук.-практ. конф.]/Под ред. В.В. Оскольського // Союз экон. Украины. — К.,: Аратта, 2009. — 350 с.
2. Андрийчук, В.Г. Эффективность деятельности аграрных предприятий: теория, методика, анализ: [моногр.]/В.Г. Андрийчук. — К.: КНТУ, 2005. — 292 с.
3. Закон Украины «Про государственную поддержку сельского хозяйства Украины» №1877-IV от 24 июня. 2004 г. [Электронный ресурс]/Верховная Рада Украины. — Режим доступа: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1877-15>.
4. Закон Украины «Про инновационную деятельность» №40-IV от 04 июля 2002 г. [Электронный ресурс]/Верховная Рада Украины. — Режим доступа: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/40-15>.

Маркетинговые исследования поведения шопоголиков в процессе принятия решения о покупке

Марченко Виктория Николаевна, старший преподаватель;
Нияскина Анна Владимировна, студент;
Шилова Виля Рамилевна, студент
Оренбургский государственный университет

В статье представлены результаты маркетинговых исследований поведения шопоголиков в процессе принятия решения о покупке, выявлены факторы, влияющие на совершение спонтанных покупок, и определена доля потребителей относящихся к категории шопоголиков.

Ключевые слова: шопоголизм, шопоголик, спонтанная покупка.

В настоящее время во всем мире можно наблюдать усиление тенденций, способствующих повышению внимания к изучению проблем шопоголизма. Благодаря красивым вещам потребитель может выразить свою индивидуальность, обеспечить себе уют и комфорт. Но в любом деле должна быть мера, именно она помогает различать шопинг от шопоголизма.

С научной точки зрения, шопоголизм это непреодолимое желание что-либо покупать, не обращая внимания на необходимость и последствия принятого решения.

Такое явление как шопоголизм появилось достаточно давно, но именно в наше время шопоголизм становится настоящей «эпидемией», что не может не тревожить психологов во всем мире. Данную проблему ученые исследуют на протяжении длительного времени. В начале XX века патологическую составляющую тяги к покупкам заметил выдающийся немецкий психиатр Э. Крепелин [2].

Чаще всего шопоголизмом страдает население экономически развитых стран. Например, результаты социологических исследований в США показали, что в государстве находится около 15-ти миллионов истинных шопоголиков. Еще около 50-ти миллионов населения относятся к группе риска — их зависимость от шопинга пока полностью не сформировалась.

У лиц, которые страдают шопоголизмом, покупки становятся главным смыслом их жизни, они заменяют отдых

и развлечения. В связи с тем, что шопоголизм ставят в ряд серьезных психологических расстройств, ученые выделяют следующие виды шопоголиков, каждый из которых имеет свои отличительные признаки. Виды шопоголиков представлены в таблице 1.

В большинстве случаев проблемой шопоголизма страдают женщины, но в последнее время все чаще этой напасти подвергается и «сильный» пол [1.]

Как уже было сказано выше, шопоголизм является болезнью XXI века и число истинных шопоголиков растет с каждым днем. В рамках данной статьи нами было проведено исследование, целью которого являлось выявление процента населения страдающего данной зависимостью. Были опрошены 100 человек в возрасте 18–45 лет, в социальных сетях и на улицах города Оренбурга. Выбор данной возрастной категории был обусловлен тем, что шопоголизмом страдают девушки от 18 до 35 лет.

В настоящее время в г. Оренбурге существует большое количество торговых комплексов, которые посещают различные группы покупателей.

На рисунке 1 представлены результаты распределения ответов на вопрос о частоте посещения торговых комплексов жителями города Оренбурга.

Представленные на рисунке результаты ответов свидетельствуют о том, что 54 % респондентов совершают по-

Таблица 1. Виды шопоголиков

Виды	Отличительный признак
1) Спонтанный шопоголик	Совершенно не считает себя зависимым, спокойно посещает магазины, намереваясь приобрести что-то определенное, но в процессе посещения может купить нечто незапланированное, то что ему понравилось или соблазнило своей низкой ценой
2) Осознанный шопоголик	Совершает сознательный поход по магазинам, главной целью которого является поднятие своего настроения или снятие стресса
3) Целеустремленный шопоголик	Не отдает отчет своим действиям, а по возвращении домой не может вспомнить и внятно объяснить, на что именно были потрачены его деньги
4) Разумные шопоголики	Приобретают предметы и услуги, необходимые в быту или для ухода за собой, но в гораздо большем, чем нужно, объеме
5) Истинный шопоголик	Приобретает в магазине все, что видит, не отдавая себе отчета в том, что и зачем он делает

купки в торговых центрах на постоянной основе; 32% достаточно редко, а 14% респондентов вообще не посещают торговые центры. Следует отметить, что чаще всего покупатели, зависимые от шопинга, приобретают в торговых комплексах непродовольственные товары, такие как одежда, обувь и аксессуары.

Шопоголики приобретают совершенно одинаковые вещи, пребывая в полной уверенности необходимости их покупки, что по нашему мнению является одним из главных признаков проявления шопоголизма. Согласно данным представленным на рисунке 2, отчетливо видно, что значительная часть приобретаемых вещей не используется потребителем в дальнейшем.

На вопрос «Имеются ли в Вашем гардеробе вещи, которые Вы не носите?» 49% респондентов указали на наличие в их гардеробе вещей, значительную часть которых они не носят; 29% респондентов подтвердили тот факт, что наряду с вещами которые они постоянно носят, есть небольшая часть, которая не востребована, чуть меньше, а именно 22% опрошенных выбрали вариант ответа, «нет, я покупаю только те вещи, которые мне подходят и нравятся». Таким образом, мы видим, что очень часто женская аудитория подвержена приобретению не совсем необходимых и подходящих для дальнейшего использования вещей. Совершению необдуманных покупок со стороны покупательниц способствуют следующие маркетинговые

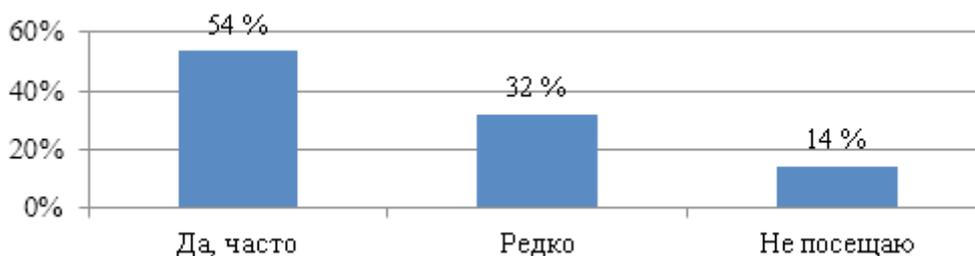


Рис. 1. Распределение ответов на вопрос: «Часто ли Вы посещаете торговые центры?»

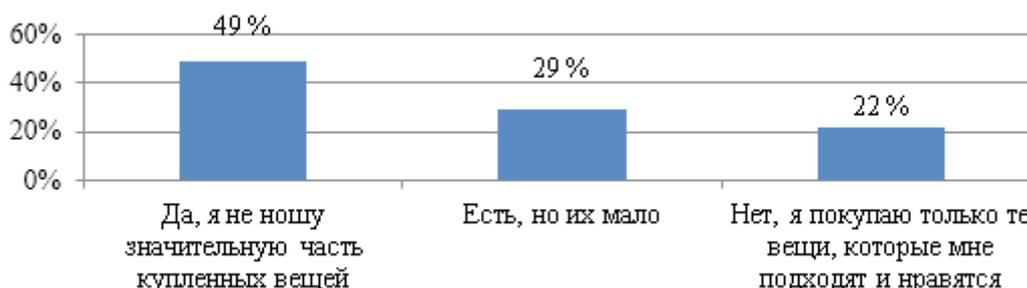


Рис. 2. Распределение ответов на вопрос: «Имеются ли в Вашем гардеробе вещи, которые Вы не носите?»

и коммерческие решения, применяемые торговыми предприятиями:

- 1) яркие рекламные ролики, которые информируют о скидках и распродажах;
- 2) правильное расположение стеллажей с сопутствующими товарами;
- 3) предоставление скидочных карт, бонусов;
- 4) яркие витрины с надписью «Sale»;
- 5) проведение акций при покупке 2 вещей 3 в подарок, при покупке одной пары обуви скидка на вторую пару 50%;
- 6) организация квестов, например, при покупке товара выдаются чеки разных цветов, собрав все цвета чеков можно обменять их на какой-нибудь товар [3].

Следующий вопрос позволил нам выявить предпочтения потребителей относительно наиболее часто приобретаемых товаров.

Представленное на рисунке 3 распределение ответов на вопрос свидетельствует о том, что респонденты чаще всего приобретают аксессуары, на их долю приходится около 39%, в числе которых очки, шарфы, ремни, косметички, перчатки, кошельки; 26% приходится на обувь; 35% респондентов чаще всего приобретают одежду.

Далее в процессе исследования была выявлена частота совершения покупок одежды, обуви и аксессуаров.

Результаты опроса позволяют сделать вывод о том, что периодически, а именно один — два раза в месяц покупки совершают 67% респондентов; с частотой раз в

делю — 21%; достаточно часто 12%. Полученные ответы свидетельствуют о том, что данные 12% респондентов, выявленные в результате исследования, и составляют искомую аудиторию проведенного исследования, а 21% респондентов могут перейти из категории спонтанного или разумного шопоголика, в категорию целеустремленного или истинного шопоголика.

Следует отметить, что немаловажным симптомом шопоголизма является бездумная трата денежных средств. На совершение необдуманных покупок шопоголиком затрачиваются громадные денежные суммы.

Проведенное исследование свидетельствует о том, что большая часть участниц опроса старается планировать свои затраты перед посещением торговых предприятий, но между тем 29% респондентов не может отказать от покупки понравившихся товаров и тратят все имеющиеся у их средства.

Таким образом, можно сделать вывод том, что проблема шопоголизма является достаточно актуальной, процент истинных шопоголиков согласно проведенного исследования, составил 12% от общего числа опрошенных. С каждым годом процент шопоголиков растет и приобретает все большее распространение по всему миру. Проблема шопоголизма стоит в одном ряду по негативному воздействию с алкоголизмом и наркотической зависимостью, поэтому при возникновении первых признаков необходимо применять определенные меры.

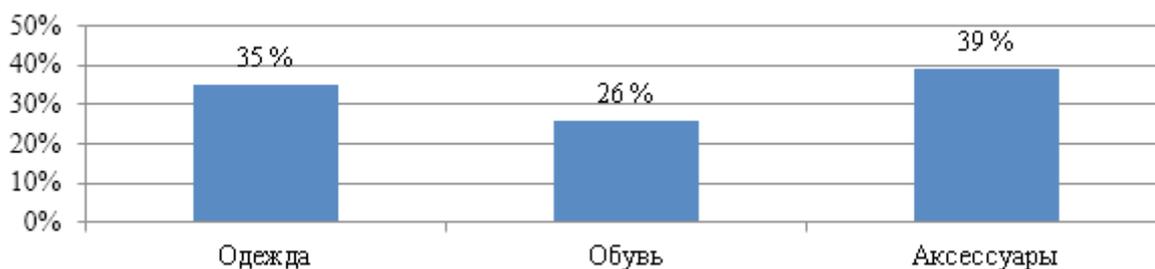


Рис. 3. Распределение ответов на вопрос «Какие товары Вы чаще всего приобретаете?»

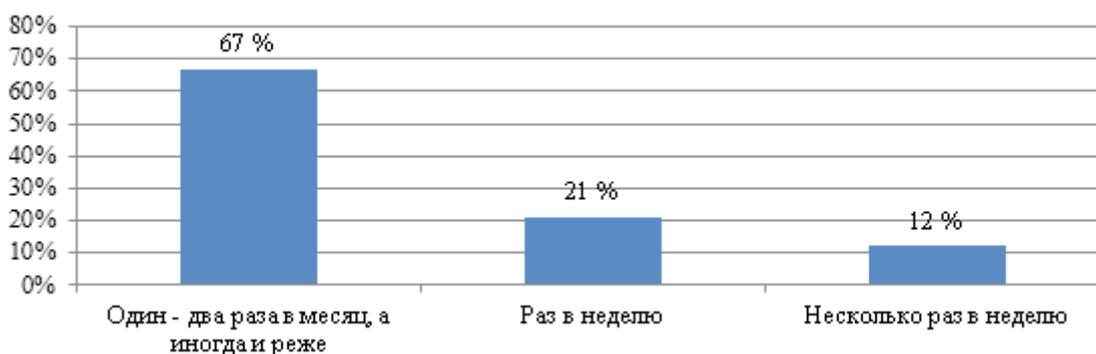


Рис. 4. Распределение ответов на вопрос: «Как часто Вы приобретаете себе одежду, обувь и аксессуары?»

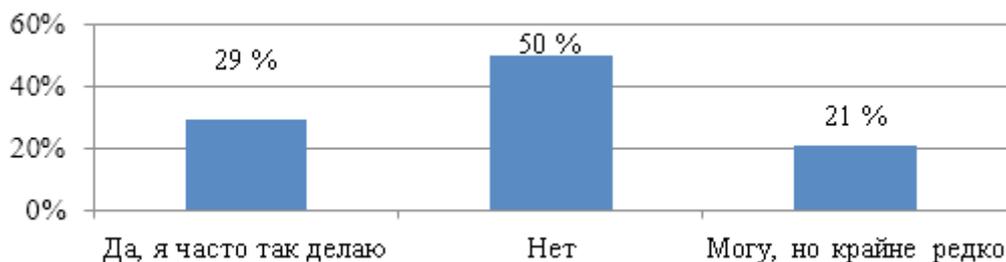


Рис. 5. Распределение ответов на вопрос «Можете ли Вы потратить все денежные средства в магазине, зная, что затем придется заниматься?»

Литература:

1. Дулькин, А. В. Психология потребительской мотивации / А. В. Дулькин. — М.: Психология поведения потребителей. — 2013. — с. 24–29.
2. Дмитриева, Н. В. Проблемы возникновения и развития шопоголизма / Н. В. Дмитриева, Ц. П. Короленко // Психология поведения. — 2012. — с. 63–75.
3. Лунт, П. Психологические подходы к потреблению / П. Лунт // Иностранная психология. — 2013. — № 2. — с. 15–21.

Безналичный денежный оборот: формы и принципы организации. Пути совершенствования системы безналичного денежного оборота

Мигачев Иван Борисович, студент
Алтайский институт финансового управления (г. Барнаул)

В данной статье рассматриваются наиболее важные аспекты системы безналичного денежного оборота. Дана характеристика основных направлений развития безналичных расчетов и пути их дальнейшего инновационного развития. Отдельно выделено направление развития электронных денег, обозначены предпосылки их внедрения в государственную платежную систему.

Ключевые слова: безналичный денежный оборот, система безналичных расчетов, дистанционные банковские технологии, электронные деньги, криптовалюта.

Введение

Вторая половина XX века характеризуется бурным развитием информационных технологий, появлением новых форм расчетов, развитием безналичных платежей с использованием Internet. Начиная с середины 70-х годов, в экономику развитых стран стала активно внедряться электронная форма безналичных платежей. Появились первые банковские карты, начала строиться инфраструктура, позволяющая внедрить безналичные расчеты повсеместно. [7, с. 101–102].

Для всестороннего раскрытия данной темы, необходимо провести следующие исследования:

— изучить сущность безналичных платежей и их основные формы;

— проанализировать систему безналичных расчетов в рамках развития общемировой банковской системы;

— дать определение понятия «Электронные деньги» и охарактеризовать их место в системе безналичных платежей;

— рассмотреть текущее состояние электронных денег и перспективы развития «виртуальных» платежей.

1. Система безналичных расчетов: предпосылки к её возникновению, современное состояние.

Для наиболее полного анализа причин перехода к безналичным банковским расчетам. Рассмотрим исторические предпосылки, подталкивающие хозяйствующие субъекты и государственные органы к возникновению

безналичных расчетов. Доподлинно известно, что изначально использовались наличные деньги, то есть деньги имеющие материальный вид (банкноты, монеты). Такие деньги затрудняли развитие экономики, т.к. были неудобны и в некоторых ситуациях громоздки, особенно при совершении крупных сделок. Главный их недостаток проявлялся при совершении платежей на большие расстояния. Выходом из этой ситуации, стало создание векселя. Вексельное обращение позволило купцам продавать свои товары в других городах и даже государствах, не боясь быть ограбленными на пути из одного населенного пункта в другой. Так же вексель позволил избежать издержек связанных с транспортировкой тяжелых монет малого достоинства. [12, с. 3–5].

Однако, как верно было замечено С.К. Семеновым, настоящий расцвет безналичных расчетов начался с созданием и дальнейшим развитием банковской системы и безналичных платежных средств, которые в настоящее время, применяясь почти во всех общественных сферах, вытеснили наличные деньги в странах с развитой экономикой. [19, с. 448].

Безналичное обращение по своей сути направлено на ускорение оборота денежных средств и снижение издержек обращения, связанных в основном с инкассацией и хранением денежной наличности.

Нормативной основой организации безналичного денежного оборота выступает — законодательство государства и банковские правила, регламентирующие безналичный денежный оборот, устанавливая права и обязанности субъектов расчетных отношений.

Осуществление перевода денежных средств с одного банковского счета на другой, происходит по требованию организации или физического лица, оформленного в виде расчетного документа. К таким документам можно отнести: расчетные чеки, платежные поручения и платежные требования. При этом все эти документы не могут участвовать во внебанковском обороте. Хозяйствующие субъекты (предприятия и организации) осуществляют денежные расчеты между собой, как правило, в безналичном порядке через банки. [14, с. 5–10].

Согласно действующему законодательству нашей страны, все банковские платежи производятся только по поручению плательщика или с его согласия (акцепта). Исключением является оплата исполнительных документов.

Безналичные расчеты — это банковские операции, которые заключаются в переводе условных денежных форм со счета плательщика на счет получателя, минуя непосредственный обмен между ними наличными денежными средствами. Безналичные расчеты осуществляются через кредитные организации или Банк России по счетам, открытым на основании договора банковского счета или договора корреспондентского счета (субсчета), если иное не установлено законодательством и не обусловлено используемой формой расчетов. [5, с. 180–181].

В России применяются следующие формы безналичных расчетов:

- 1) расчеты платежными поручениями;
- 2) расчеты по аккредитиву;
- 3) расчеты чеками;
- 4) расчеты по инкассо;
- 5) Расчеты платёжными требованиями.

Формы безналичных расчетов, перечисленные выше, применяются в своей деятельности, клиентами кредитных организаций, учреждений и подразделений расчетной сети Банка России.

Клиенты могут самостоятельно выбрать наиболее подходящие им формы безналичных расчетов и предусмотреть это в договоре, заключаемом со своими контрагентами. [20, с. 42–44].

В качестве участников безналичных расчетов выступают плательщики и получатели денежных средств. Так же к участникам системы безналичных расчетов относят обслуживающие их банки и банки-корреспонденты.

Сами банки, не вмешиваются в договорные отношения клиентов, а лишь исполняют их поручения. Все взаимные претензии, возникшие между получателем денежных средств и плательщиком, кроме возникших по вине банка, разрешаются в установленном законодательством порядке, без привлечения банков.

Исходя из этого, мы можем охарактеризовать безналичный денежный оборот как отдельную совокупность платежей, осуществляемых без использования наличных денежных средств. Экономической основой для организации безналичного денежного оборота — выступает потребность граждан, организаций и всего народного хозяйства страны в целом, в безналичном денежном обороте. [20, с. 46].

2. Безналичные платежи: наиболее распространённые формы и их характеристика

В настоящее время в большинстве развитых стран происходит активный переход от классической филиальной системы обслуживания клиентов к дистанционной модели банковского обслуживания. Банки предлагают своим клиентам всё большее количество услуг, производимых без посещения отделений банка.

Процесс эволюции банковской системы в сторону дистанционной модели банковского обслуживания обусловлен рядом экономических факторов, а также развитием социальной среды, в которой банки осуществляют свою деятельность. Но решающим фактором всё же является изменение образа жизни людей, вызванное внедрением новых информационных технологий, предъявляющие к банкам совершенно новые требования по автоматизации банковских операций. [11, с. 506–508].

Основное влияние на развитие банковской сферы оказывают следующие факторы:

- Быстрое развитие информационных технологий;
- Растущая конкуренция;

— Временной фактор.

Появилось дистанционное банковское обслуживание сравнительно недавно, примерно двадцать лет назад. Первым успешным примером можно считать — программу «Homelink». Homelink — это программа, созданная усилиями трех компаний: английской телефонной компанией «British Telecom», строительной организацией «Nottingham Building Society», и банком «Bank of Scotland». Совместная работа этих компания оказала значительное влияние на развития удаленных банковских технологий.

Быстрое развитие различного рода средств телекоммуникаций при одновременном увеличении числа абонентов платных телекоммуникационных услуг, способствовало быстрому развитию дистанционного банковского обслуживания. Одной из важнейших новаций стал «Интернет-банкинг». Первоначально, для обслуживания своих клиентов, банками использовалась только телефонная связь. С развитием информационных технологий, у клиентов появилась возможность осуществлять часть банковских операций с помощью сети Интернет, минуя при этом оператора.

В настоящее время большинство крупных и средних банков, в том числе нашей страны, предоставляют своим клиентам возможность дистанционного обслуживания через систему «Клиент-Банк». Система «Клиент-Банк» позволяет:

- 1) передавать платежные документы в банк с помощью факса или электронной почты;
- 2) получать выписку о состоянии своего счета и просматривать историю поступлений и расходований денежных средств;
- 3) получать справочную информацию различного характера;
- 4) осуществлять импорт/экспорт информации;
- 5) незамедлительно получать электронные копии платежных документов;
- 6) обмениваться с банком электронными текстовыми сообщениями. [6, с. 426–427].

Исторически первая система дистанционного банковского обслуживания клиентов основывалась на использовании телефонной связи. Первые опыты создания подобных систем дистанционного обслуживания были проведены западными банками ещё в 80-х годах. Одним из первых банков, широко применяющих подобную систему на практике — стал английский «National Westminster Bank». Этот банк в режиме реального времени позволял своим клиентам осуществлять основные банковские операции, такие как: перевод денежных средств по счетам внутри банка, покупка и продажа иностранной валюты, осуществление стандартных платежей. В качестве системы защиты банк использовал пятизначный код.

Несколько позже подобные системы дистанционного банковского обслуживания появились в США и ряде европейских стран. В 1990 году «North Carolina National

Bank» предлагал своим клиентам более 30 услуг через телефонную систему, количество обращений к которой составляло около 200 тысяч в день.

С наступлением 90-х годов, важнейшим направлением развития дистанционного банковского обслуживания в зарубежных странах становится интернет-банкинг.

В странах с развитой банковской системой, через интернет-банкинг клиентам предоставляются следующие услуги:

- 1) оплата счетов в реальном времени;
- 2) кредитование;
- 3) управление денежными средствами на своем счете;
- 4) получение информационных банковских услуг. [17, с. 45–47, 50].

Первопричиной, подтолкнувшей коммерческие банки к использованию системы интернет-банкинга, стала нарастающая конкуренция в банковской сфере, при которой информационные технологии стали рассматриваться как один из наиболее эффективных способов привлечения новых и удержания старых клиентов. Не менее важную роль в этом вопросе сыграло увеличение эффективности затрат, поскольку осуществление банковских операций и предоставление информации через Интернет намного проще и дешевле, чем содержание широкой сети традиционных филиалов.

Первым виртуальным банком, не имеющим офисной сети для обслуживания клиентов — стал Американский банк «Security First Network Bank», открывшийся в 1995 году. Этот банк не имел ни одного физического офиса для обслуживания своих клиентов. Все операции в этом банке производились клиентами вручную — через сеть Интернет.

«По оценкам специалистов, в 1999 г. стоимость проведения одной транзакции через банкомат была приблизительно в четыре раза, а транзакции, проведенной через Интернет, — почти в сто раз ниже, чем стоимость транзакции, проведенной вручную в филиале». [15, с. 11–12].

Причиной столь стремительного развития Интернет-технологий в сфере банковского обслуживания в США — послужило законодательство штатов. Законодательство этой страны, накладывает существенные ограничения, на открытие банками своих филиалов в других штатах. Интернет-банкинг позволили коммерческим банкам обойти эти ограничения и вести свою деятельность на территории всей страны.

В настоящий момент системы банковского обслуживания через сеть Интернет работают не только в крупнейших Американских и Европейских банках, таких как «Bank of America», «First Union», «Citicorp», «Union Bank» и др., но и в тысячах банках малого и среднего размера, по всему миру. Для обозначения этого явления был введен новый термин — «безфилиальный банк» (branchless bank), обозначающий виртуальные банки, оказывающие свои услуги только через сеть Интернет.

На начало 2003 года, в США уже осуществляли свою деятельность 29 безфилиальных банков. Пик образо-

вания безвизитных банков пришелся на 1999–2000 гг. А на конец 2007 года, услуги Интернет-банкинга представляли все крупнейшие банки США, на долю которых приходилось более 90 % всех банковских активов страны.

Основными мотивами использования интернет-банкинга у американцев является: экономия времени на посещение реальных офисов банка и возможность использования банковских услуг в любое время суток. В качестве основных, такие мотивы использования интернет-банкинга указали 71 % и 79 % опрошенных респондентов, пользующихся услугами интернет-банкинга в США. Также в качестве важных преимуществ интернет-банкинга были указаны следующие факторы, такие как: возможность приватного использования банковских услуг, большее количество информации на сайте банка и более дешевые расценки на услуги банка (см. рисунок 1.).

Дистанционные способы обслуживания позволяют банкам предоставлять множество различных услуг. Например, одним из нововведений последних лет стало интерактивное брокерское обслуживание. Так, некоторые банки предоставили своим клиентам возможность покупать акции компаний и ценные бумаги доверительных фондов путем вложения средств по чеку или со сберегательного счета.

Развитие информационных технологий не стоит на месте, потребности финансового рынка все время возрастают, а конкуренция между банковскими учреждениями ежегодно увеличивается. В связи с этим, на рынке дистанционных банковских услуг появилось новое направление — «Мобильный банкинг». Мобильный банкинг — это новая система дистанционного управления,

позволяющая управлять банковским счетом с помощью планшетного компьютера, смартфона или обычного телефона. Для этого пользователю, как правило, необходимо загрузить на своё устройство специальное приложение, через которое осуществляется управление банковским счетом. Учитывая распространенность мобильных телефонов и зону распространения мобильной связи — мобильный банкинг уже можно считать одним из важнейших средств доставки банковских услуг до конечного потребителя. [9, с. 33–34].

По состоянию на 2013 год, более трети (35 %) жителей США активно пользуются мобильным банкингом (см. Рисунок 2). В возрастной категории от 18 до 29 лет, мобильным банкингом пользуется 54 %, более старшие пользователи (от 30 до 49 лет) используют услугу чуть реже (40 %), а вот в возрастной категории от 65 лет, услуга вообще почти не востребована, ей пользуются всего 14 %.

3. Электронные деньги: современное состояние и перспективы развития

3.1. Характеристика электронных денег и сферы их применения.

В целях наиболее полного и точного анализа состояния современной экономики, необходимо дать четкое определение понятия «Электронные деньги». Основная сложность четкого определения понятия, сопряжена с двумя обстоятельствами. Первое обстоятельство, обусловлено позицией некоторых авторов научной финансово-экономической литературы по проблемам теории денег, игнорирующих данную новацию до настоящего времени. Второе

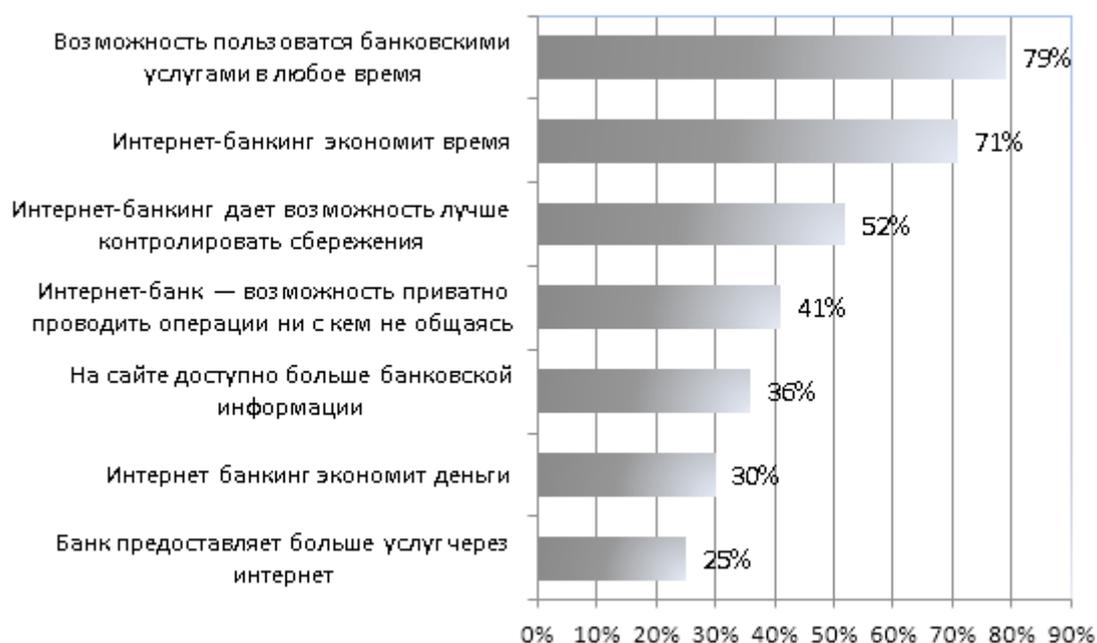


Рис. 1. Основные причины использования интернет-банкинга в США (в процентах от общего количества пользователей услуги). [16]

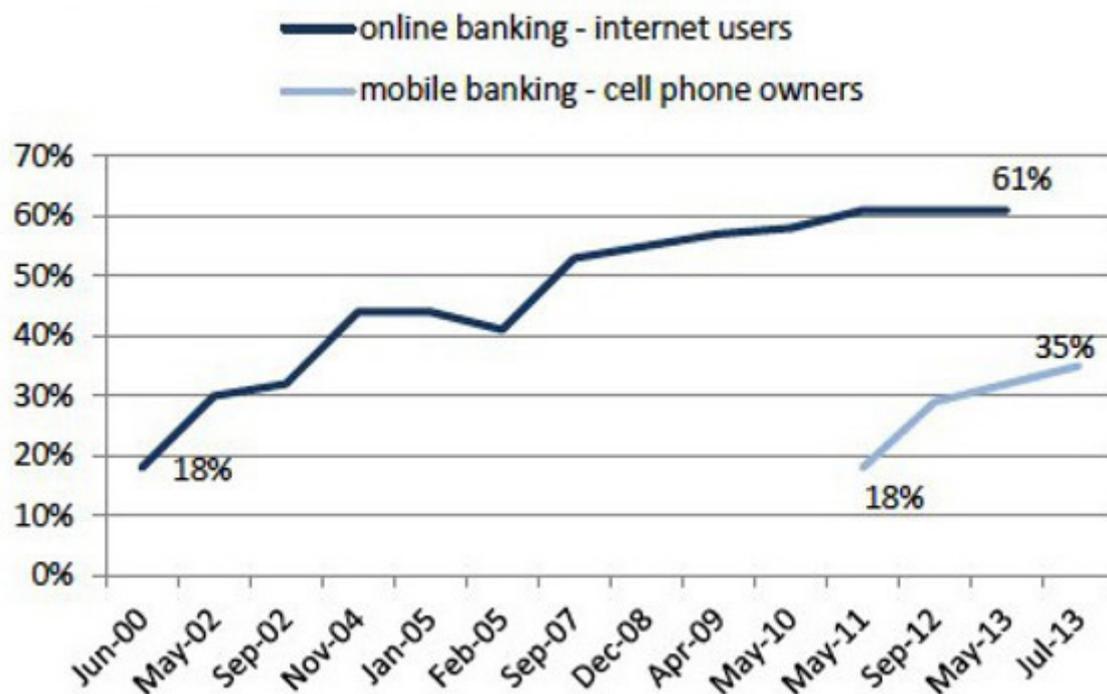


Рис. 2. Мобильный банкинг и интернет банкинг.
Динамика развития с 2000 по 2013 гг., млн домохозяйств США. [26]

обстоятельство, заключается в отсутствии единого определения понятия «Электронные деньги», а подходы к интерпретации экономической сущности данного явления, отличаются друг от друга весьма значительно.

В Российском законодательстве, понятие «Электронные деньги» дано в ФЗ РФ «О национальной платежной системе». [1]. Но данное федеральным законом понятие не раскрывает всей сущности электронных денег. Более того, оно не имеет возможности учитывать перспективу различных направлений развития электронных денег, заранее, до их фактической реализации. Кроме того, позиция Российской законодательной системы значительно отличается от позиции большого количества стран с развитой банковской системой.

Учитывая неполноту данного законодательством определения, а так же существенные различия в позициях ученых. Мы считаем необходимым дать четкое определение электронным деньгам и охарактеризовать их сущность.

Ряд исследователей отождествляет понятие «электронные деньги» с электронной формой безналичных денег, то есть с депозитными деньгами. Например, А. С. Селищев, утверждает, что «электронные деньги — это деньги на счетах компьютерной памяти банков, распоряжение которыми осуществляется с помощью специального электронного устройства». [18, с. 50]. Аналогичной точки зрения придерживаются и некоторые другие авторы научной литературы. Так, по мнению В. А. Челнокова, к электронным деньгам следует отнести вообще все

инструменты безналичных платежей, представленные в электронной форме, включая банковские пластиковые карты, банковские чеки, платежные и инкассовые поручения и различные инструменты межбанковских клиринговых расчетов. [22, с. 25–30].

По нашему мнению, подобная точка зрения затрагивает не электронные деньги, а лишь электронный способ передачи информации о безналичных деньгах. От способа записи (на бумажном или электронном носителе) — сущность безналичных денег не меняется. В системе движения по-прежнему участвует три агента: плательщик, банковская система и получатель денежных средств. А денежные средства по-прежнему «привязаны» к банковскому счету и перемещаются только внутри банковской системы.

Отличи же электронных денег, от электронной формы безналичных денег состоит в том, что они не имеют связи с конкретными банковскими счетами. Вследствие чего могут перемещаться не только по специальным банковским информационным системам, но и по любым другим информационным сетям, таким как Интернет и мобильные телефонные сети. При совершении сделок с использованием электронных денег, третьим агентом могут выступать не только банки, но и эмитенты электронных денег, операторы мобильной связи или Интернет провайдеры. Возможен так же вариант прямой передачи электронного файла от покупателя к продавцу, в этом случае сделка состоится вовсе без участия финансовых посредников.

Исходя из вышесказанного, общими чертам безналичных денег в электронной форме и электронными деньгами — является электронная форма записи данных и использование схожих электронных носителей для записи и передачи этих данных. С технической точки зрения, процесс осуществления расчетов с использованием электронных денег и безналичными деньгами в электронной форме — может быть схож. С точки зрения экономики — это разные явления. В соответствии с этим, мы склонны относить электронные деньги к самостоятельному экономическому феномену, не относящемуся к электронной форме безналичных денег.

Существует и иная точка зрения. Так, в одной из своих работ С. В. Ануреев относит электронные деньги к новой форме денег наличных. В качестве основного аргумента выступает способность осуществлять платежи с помощью электронных денег без участия банка. А также наличие так называемой нарицательной стоимости файла, передаваемого от плательщика к получателю денежных средств. В этом файле, как правило, содержатся такие характеристики «купюры», как: наименование эмитента, серия и номер, электронная подпись эмитента и номинал. [4, с. 3].

Такая точка зрения вызывает серьезные возражения в среде других авторов, например Д. Б. Коптюбенко отмечает, что электронные деньги не являются аналогом наличных денег, т. к. «эти деньги имеют неодинаковую экономическую природу и функционируют в различных сферах денежного обращения. Наличные деньги обслуживают налично-денежные платежи, а электронные — безналичные, т. е. электронные деньги являются скорее эквивалентом наличных денег». [10, с. 46–47]. Ещё одним противоречием выступает одно из свойств наличных денег — их материальность. Так совершение любой операции с наличными деньгами предполагает их физическую передачу. А электронные деньги могут перемещаться по любым телекоммуникационным сетям. Не требуя физического контакта между участниками сделки.

Некоторые ученые относят электронные деньги к денежным суррогатам. Например, в учебнике «Деньги, кредит, банки» под редакцией О. И. Лаврушина, электронные деньги относят в одну группу с чеками и векселями. [13, с. 9].

Но такая точка зрения не отражает фактической сущности электронных денег. Большинство ученых склонны относить электронные деньги к реальным деньгам. Доказательством этого служит возможность реализации электронными деньгами всех основных функций денег. На основе электронных денег функционирует значительное количество платежных систем, то есть они выполняют функцию средства обращения практически в той же мере, что и другие безналичные деньги. В электронных деньгах выражается цена на многие товары и услуги. Что свидетельствует о выполнении ими функции измерителя стоимости.

Остальные функции денег, в настоящий момент выполняются ими в меньшей степени. Но, это лишь вопрос времени, а не природы данного явления. Нет никаких технических или методических препятствий реализации электронными деньгами функции средства платежа или средства накопления. Все препятствия сосредоточены более в организационных моментах. В необходимости образования специальных финансовых институтов, реализующих эти функции.

В качестве неоспоримого преимущества, выступает факт того, что электронные деньги могут обладать всеми положительными качествами, как наличных, так и безналичных денег. Электронные деньги обладают такими качествами как: узнаваемость, бессрочность, портативность, стабильность, износоустойчивость, делимость, приватность и защищенность платежа. Все эти свойства свидетельствуют о том, что электронные деньги — являются реальными деньгами, а не суррогатами. [3, с. 23–25].

Исходя из этого, мы можем утверждать, что электронные деньги — это не модифицированная форма наличных или безналичных денег и не денежный суррогат. По нашему мнению, электронные деньги — это новая форма денег, возникшая в процессе длительной эволюции. Вследствие чего их нельзя объединять в одну группу с депозитными деньгами в безналичной форме или отождествлять с денежными суррогатами.

Схожую точку зрения на этот счет имеет Центральный банк Европы. Он выделяет электронные деньги как отдельную форму денег и ведет по ним отдельный учет в зоне евро. Для этого им была принята директива Европейского парламента и совета № 2009/110/ЕС от 16 сентября 2009 года «Директива об учреждении, деятельности и пруденциальном надзоре за деятельностью организаций, занимающихся электронными деньгами, дополняющая Директивы 2005/60/ЕС, 2006/48/ЕС и отменяющая Директиву 2000/46/ЕС». [24].

Подводя итоги, выделим основные признаки, характеризующие электронные деньги:

- это предоплаченный финансовый продукт;
- размер эмиссии электронных денег, как правило, не превышает размера полученной предоплаты;
- для осуществления транзакций не обязательно участие банка и использование банковских счетов;
- электронные деньги, как правило, являются обезличенным финансовым продуктом;
- эмитент электронных денег не выплачивает проценты своим держателям (эмиссия электронных денег подобна эмиссии наличных денег центральными банками государств);
- электронные деньги могут являться средством платежа для любых экономических субъектов, исключая самого эмитента;
- денежная стоимость может быть зафиксирована на физическом носителе информации, находящемся в собственности владельца денежных средств (денежная стоимость не привязана к счетам кредитных учреждений).

3.2. Перспективы развития электронных денег.

Одним из новшеств последних лет, стало появление новой разновидности электронной (цифровой) валюты, так называемой «криптовалюты». Криптовалюта (от англ. Cryptocurrency) — разновидность цифровой валюты, эмиссия и учёт которой основывается на методах криптографии. Основными криптографическими методами защиты является метод «Proof-of-work» (доказательство выполнения работы) и «Scrypt» [29] (криптографический метод защиты от атаки полного перебора). Денежная система функционирует децентрализованно, а все решения принимаются путем согласия большинства участников распределённой компьютерной сети.

Криптовалюта, в отличие от других разновидностей денег, имеет ряд особенностей. Например, у криптовалюты не предусмотрена функция возврата платежа, но имеется возможность передачи средств с участием посредника, а так же возможность резервирования (добровольной заморозки средств). Эмиссия таких валют, как правило, имеет жесткие ограничения, вследствие чего дополнительная эмиссия или ускорение эмиссии невозможно. [27].

К относительным преимуществам криптовалют, можно отнести следующие особенности:

— Беспрерывная работа системы расчетов. В отличие от централизованных банковских систем безналичных расчетов, работа которых может быть на время приостановлена в связи с выходными (праздничными) днями или техническими работами. Децентрализованная система расчетов, работает без технических перерывов и выходных.

— Доступ к системе возможен из любой точки мира, где есть сеть Интернет.

— Очень низкая или полностью отсутствующая комиссия на перевод денежных средств. В том числе, при переводе денежных средств получателю из другого государства.

— Полная прозрачность системы расчетов. Доступ к истории транзакций доступен любому пользователю, что позволяет значительно снизить риск махинаций.

— Быстрота транзакций. Все операции, в том числе заграничные переводы, совершаются в течение нескольких минут.

К недостаткам криптовалют можно отнести отсутствие централизованного регулятора. Во-первых, это приводит к сильному колебанию курса криптовалюты по отношению к официальным государственным валютам. Во-вторых, в случае непреднамеренного перевода или кражи, вернуть средства будет очень проблематично. [21].

Первые попытки использования криптографии для проведения конфиденциальных платежей были предприняты компанией «DigiCash» ещё в 1990 году. Но проект оказался коммерчески неуспешным, в результате чего компания обанкротилась в 1998 году. Однако платежная система компании «DigiCash» была централизованной, а впервые термин «криптовалюта» начал использоваться к пиринговым платёжным системам. [8].

Первой пиринговой платёжной системой стал «Bitcoin» (слово образовано от англ. bit (бит) и coin (мо-

нета)), разработанный в 2009 году человеком или группой лиц под псевдонимом Сатоши Накамото. По его словам, разработка началась в 2007 году, а к 2009 году была закончена разработка протокола и опубликован клиент программы, после чего сеть была официально запущена. Платёжное средство, используемое в системе «Bitcoin», представляет собой цифровые монеты — криптографическую сущность, отвечающую определённым требованиям. [28, с. 1–2].

Котировка «Bitcoin» в значительной степени основывается на доверии к нему. Курс формируется балансом спроса и предложения, и не привязан к какой-либо валюте, активу или обязательствам. В отличие от традиционных электронных денег, «Bitcoin» является электронной наличностью, а не долговым обязательством эмитента.

Существуют и альтернативные, схожие по своей сущности, пиринговые платёжные системы. Так в 2011 году появился «Litecoin» [30] и «Namecoin» [32], а начиная с 2012 года на рынке появились десятки новых криптовалют, такие как «Peercoin», «Mastercoin» [31], «Dogecoin» и прочие. Но массового распространения, как «Bitcoin», они не получили.

Правовой статус криптовалют неоднозначен. В разных странах отношение к ним сильно различаются. Например, в США, нет никаких дополнительных ограничений для криптовалют. Они могут использоваться юридическими и физическими лицами, на условиях иностранной валюты. На схожих позициях находятся: Германия, Хорватия, Сингапур и Япония. В этих странах также нет существенных ограничений на использование криптовалют. Существенные ограничения на использование криптовалют действуют в Китае. Народный банк Китая ввел запрет на проведение расчетов с использованием криптовалют, для китайских компаний. На физические лица эти ограничения не распространяются. В ряде стран, например, во Франции и Индии, ещё не принято официального решения о правовом статусе криптовалют. [23], [25].

Заключение

В процессе исследования был выявлен ряд основных особенностей системы безналичных расчетов, охарактеризовано понятие электронные деньги и описаны возможные пути их дальнейшего развития. На основании проведенного исследования, были выделены основные особенности электронных денег. Такие как гибкость и универсальность при совершении платежей, одинаковое удобство использования, как в традиционном, так и в электронном сегменте экономике, а также возможность автоматизации безналичных платежей.

Отдельно следует выделить нарастающее влияние электронных денег на процесс безналичных расчетов. В последние годы количество платежей с использованием электронных денег значительно возросло. Исходя из этого, можно предположить, что вследствие дальнейшего роста объема расчетов электронными деньгами, объем расчетов

через банковскую систему значительно уменьшится. Роль банковской системы существенно уменьшится, а некоторые банковские платежные системы лишатся своего монополизма.

Положительными для государства последствиями перехода экономики к использованию электронных денег, станет: уменьшение затрат на поддержание денежного оборота, новые способы управления денежной системой, сведение к минимуму риска подделки «банкнот», минимизация затрат на осуществление сбора денежных средств и их рас-

пределения в виде различных выплат, таких как пенсии, пособия, заработные платы и т. п. [2, с. 71–71].

Однако, введение государственной системы расчетов с использованием электронных денег, находится ещё только в перспективе, возможно довольно далекой. Для перехода экономики к преимущественно электронным деньгам, необходимо решить целый ряд задач и разработать обширную нормативную базу. Для этого, возможно следует использовать нормативные акты Европейского сообщества.

Литература:

1. Федеральный закон от 27 июня 2011 г. N 161-ФЗ «О национальной платежной системе» (с изм. И доп. от 5 мая 2014 г. N 112-ФЗ).
2. Аксенов, В. С. «О перспективах внедрения электронных денег в современную информационную экономику», Вестник РГГУ, 2007, № 11, стр. 71–71.
3. Аксенов, В. С. «Электронные деньги в информационной экономике», Под ред. Калининой. — М.: МПА-Пресс, 2006. стр. 23–25.
4. Ануреев, С. В. «Проблема сущности безналичных денег», Бизнес и банки, 2002, № 24, стр. 3.
5. Горбухов, В. А. «Коммерческое право», — М.: ЭКСМО, 2007, стр. 180–181.
6. Жарковская, Е. П. «Банковское дело — Учебник для студентов ВУЗов. 4-е изд.», — М.: Омега-Л, 2006, стр. 426–427.
7. Жуков, Е. Ф. «Общая теория денег и кредита, 2-е изд.», — М.: ЮНИТИ, 1998, стр. 101–102.
8. Йунс-Инго Бродессер «Дэвид Чом: Цифровая наличность заменит бумажную!», Компьютерра. 1999. № 33. // <http://old.computerra.ru/1999/311/3160>
9. Колачев, А. «Терминалы самообслуживания: перспективы и новые возможности», Банковские технологии, 2007, № 11, стр. 33–34.
10. Коптюбенко, Д. Б. «Электронные деньги как форма частной денежной эмиссии», Экономика и организация промышленного производства, 2005, № 2, стр. 46–47.
11. Коробова, Г. Г. «Банковское дело», — М.: Экономистъ, 2006, стр. 506–508.
12. Крупное, Ю. С. «О природе электронных денег», Бизнес и банки, 2003, № 5, стр. 3–5.
13. Лаврушин, О. И. «Деньги, кредит, банки», Под ред. О. И. Лаврушина, 7-е изд. — М.: КНОРУС, 2008. стр. 9.
14. Либерман, С. В. «Инкассовая форма безналичных расчетов: международно-правовой и национальный режимы», Международное публичное и частное право, 2002, № 5, стр. 5–10.
15. Муравьева, А. В. «Банковские инновации: факторный и структурный анализ информационных технологий», Банковские услуги, 2004, № 9, стр. 11–12.
16. Рамзаев, М. «Интернет-банкинг в США отстает от Европы», CNews [Электронный ресурс] URL: <http://rating.snews.ru/reviews/free/2003/e-business/usa.shtml>.
17. Саркисянц, А. А. «Банковская розница: замедление роста», Бухгалтерия и банки, 2008, № 8, стр. 45–47, 50.
18. Селищев, А. С. «Деньги, Кредит, Банки», — СПб.: Питер, 2007. стр. 50.
19. Семенов, С. К. «Деньги, кредит, банки», — М.: 2005, стр. 448.
20. Семикова, П. В. «Банковские инновации и новый банковский продукт», Банковские технологии, 2002, № 11, стр. 42–44, 46.
21. Хохлов, О., Баграмян Т. «Банк в стиле киберпанк», Коммерсантъ Деньги, 2011, № 24 // www.kommersant.ru/Doc/1656928
22. Челноков, В. А. «Деньги, Кредит, Банки.: Учебное пособие. 2-е изд.», — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. стр. 25–30.
23. «Германия признала Bitcoin», vestifinance.ru, 2013 [Электронный ресурс] URL: <http://www.vestifinance.ru/articles/31342>.
24. DIRECTIVE 2009/110/EC OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL of 16 September 2009 on the taking up, pursuit and prudential supervision of the business of electronic money institutions amending Directives 2005/60/EC and 2006/48/EC and repealing Directive 2000/46/EC.
25. IRS Virtual Currency Guidance: «Virtual Currency Is Treated as Property for U. S. Federal Tax Purposes; General Rules for Property Transactions Apply», IR–2014–36, 25.03.2014.
26. «51 % of U. S. Adults Bank Online», Исследование Pew Research Centre, 07.08.2013 [Электронный ресурс] URL: <http://www.pewinternet.org/2013/08/07/51-of-u-s-adults-bank-online>.

27. Andy Greenberg. «Crypto Currency», Forbes, 26–05–2013 [Электронный ресурс] URL: <http://www.forbes.com/forbes/2011/0509/technology-psilocybin-bitcoins-gavin-andresen-crypto-currency.html>].
28. Satoshi Nakamoto «Bitcoin: A Peer-to-Peer Electronic Cash System», 2008 [Электронный ресурс] URL: <https://bitcoin.org/bitcoin.pdf>
29. scrypt — адаптивная криптографическая функция формирования ключа (от англ. Key derivation function) на основе пароля. 17 сентября 2012 года алгоритм scrypt был опубликован IETF в виде Internet Draft, планируется его внесение в RFC.
30. Litecoin (от англ. lite — «легкий», англ. coin — «монета») — форк Bitcoin, пиринговая электронная платёжная система, использующая одноимённую криптовалюту // www.bitcoin.org
31. Mastercoin — форк Bitcoin, пиринговая электронная платёжная система. // www.mastercoin.org
32. Namecoin (от англ. name — «имя», англ. coin — «монета») — основанная на технологии Bitcoin система хранения произвольных комбинаций вида «имя-значение». // www.dot-bit.org.

Belarusian exports: Gravity model approach

Митрофанов Андрей Владимирович, магистр
Dalian University of technology (China)

Gravity Model of trade has already for decades been the most popular theory to explain trade flows between nations. The theory matched very well with the empiric observations, so it became a common tool among economists, even though it lacked thorough theoretical justification. On the 21st century researchers have been able to provide us with solid theoretical backing for the Gravity Model of Trade. Regardless of all the existing and widely accepted modifications of the gravity model, one should always be careful in choosing a suitable version for his own study. Trade flows between different countries differ enormously and there isn't a single specific model that would be the best possible option for all countries in the world.

Gravity model was first discovered in physics, when Newton in 1678 year, found out, that any two bodies in the universe attract each other with a force that is directly proportional to the product of their masses and inversely proportional to the square of the distance between them:

$$F_{ij} = G \frac{M_i M_j}{D_{ij}^2}$$

Where,

F_{ij} — attractive force;

M_i and M_j — the masses of objects i and j correspondingly;

D_{ij} — distance between the two objects;

G — gravitational constant.

In 1962 Jan Tinbergen proposed that roughly the same functional form could be applied to international trade flows. However, it has since been applied to a whole range of what we might call «social interactions» including migration, tourism, and foreign direct investment. This general gravity law for social interaction may be expressed in roughly the same notation.

Tinbergen began its analysis with the use of only three independent variables: GDP of the exporting country, the importing country's GDP and geographical distance between countries. The main form of Tinbergen gravity model is as follows:

$$\text{Log}E_{ij} = \alpha_0 + \alpha_1 \text{Log}Y_i + \alpha_2 \text{Log}Y_j + \alpha_3 \text{Log}D_{ij}$$

In our research we will study Belarusian exports to its 10 most important trading partners between 2000 and 2012 years using the Gravity model of trade. Data are taken from public sources such as UN COMTRADE, CEPII, World Bank. We selected 10 countries represent roughly 80% of Belarusian trade. Table 1 represents ten main trading partners of Belarus and its share in turnover.

Table 1

Main Trading Partners	Share, %
Russia	49.6
Ukraine	7.8
Germany	6.0
Netherlands	4.8
China	4.2
Poland	3.1
Italy	2.5
Lithuania	2.1
United Kingdom	1.6
Kazakhstan	1.2

(Source: National Statistics Committee of the Republic of Belarus)

I study Belarusian exports to its main trading partners using following function for export:

$$\ln(exports)_{ybj} = \beta_0 + \beta_1 \ln(GDP)_{yb} + \beta_2 \ln(GDP)_{yj} + \beta_3 \ln(POP)_{yb} + \beta_4 \ln(POP)_{yj} + \beta_5 \ln(Dist)_{bj} + \beta_6 \text{BoardedDum} + \beta_7 \text{SovietDum}$$

Where,

$\ln(exports)_{Ybj}$ — Natural logarithm for Belarusian exports in country j in Y year.

$\ln(imports)_{Ybj}$ — Natural logarithm for imports in Belarus from country j in Y year.

$\ln(GDP)_{Yb}$ — Natural logarithm for Gross Domestic Product in Belarus in Y year.

$\ln(GDP)_{Yj}$ — Natural logarithm for Gross Domestic Product in country j in Y year.

$\ln(POP)_{Yb}$ — Natural logarithm for population in Belarus in Y year.

$\ln(POP)_{Yj}$ — Natural logarithm for population in country j in Y year.

$\ln(Dist)_{bj}$ — Natural logarithm for distance from Belarus to country j in Y year.

BoarderDum — Dummy variable for common boarder.

SovietDum — Dummy variable for former Soviet Union countries.

$\beta_0 - \beta_7$ — Parameter values.

Variables used:

1) **Exports:** for total annual export from Belarus to each country partner used the data collected from United Nations Commodity Trade Statistics Database. Exports calculated in FOB prices.

2) **Imports:** for total annual imports in Belarus from each country partner used the data collected from United Nations Commodity Trade Statistics Database. Imports calculated in CIF prices.

3) **GDP:** for annual GDP values data was taken from World Bank world development indicators dataset. All the GDP values were gross values for the whole country and they were counted in US dollars, which made them easily comparable. GDP is a measure of the size of country's economy, so countries with high GDP values are assumed to trade more with each other than countries with low GDP values. GDP calculated in current US dollars.

4) **Population:** The populations of all countries were found from World Bank world development indicators dataset. Population is another time variant variable that should be positively correlated with trade as larger markets should develop larger trade flows with each other. On the other hand,

a large economy is able to produce a wider variety of goods, so in a simplistic world, such a nation should have less need for foreign imports.

5) **Distance:** Distance is a time invariant variable, so it remains constant during the whole period of study. In Gravity Model of Trade distance is often used as a proxy for transaction costs for the trade between the two countries. Therefore a longer distance between two countries should reduce the amount of trade between them, as trade costs are assumed to rise. Recently it has been pointed out that a better approximation for the transportation costs could be received by applying also some infrastructure index, since a good infrastructure makes transportation cheaper and vice versa (Martinez-Zarzoso, Nowak-Lehmann, 2003). In this study still using only simple geographical distance, this should give good enough estimations for this study. Geodesic distances are calculated following the great circle formula, which uses latitudes and longitudes of the geographic coordinates of the capital cities.

6) **Common border dummy variable:** a dummy variable (time invariant variable) for countries that share a common border with Belarus. Neighboring countries would trade more, as the transportations costs should be relative low.

7) **Former Soviet Union dummy variable:** a dummy for countries that used to be part of Soviet Union. Formed Soviet Union republics were quite specialized in producing certain kind of goods, which were then centrally directed to other regions where such a good was needed. It have interested whether former Soviet republics still trade much with Belarus, or have they diversified its trade patterns and now trade equally with all countries.

Hausman test allows a choice between fixed effects (FE) and random effects (RE) models.

This test is based on the difference between the two estimates: $\hat{q} = \widehat{b}_{FE} - \widehat{b}_{RE}$, where \widehat{b}_{FE} estimate obtained for the fixed effects model (it is consistent in the case of main and in the case of the alternative hypothesis), \widehat{b}_{RE} estimate obtained for the random effects model (it is consistent only in the case of main hypothesis).

Provided Hausman text using RE estimation from export presented below, we obtained results presented in figure 1.

	Coefficients		(b-B) Difference	sqrt(diag(V_b-V_B)) S.E.
	(b) fixed	(B) random		
lnpop_b	-1.760371	-6.828216	5.067845	2.988242
lnpop_p	1.702717	.1848575	1.517859	.5184353
lndistance	98058.69	-.5340509	98059.22	58540.37
lngdp_b	.6872925	.6572513	.0300411	.1319252
lngdp_p	.1011618	.3116848	-.2105229	.1694884

b = consistent under Ho and Ha; obtained from xtreg
 B = inconsistent under Ha, efficient under Ho; obtained from xtreg

Test: Ho: difference in coefficients not systematic

chi2(1) = (b-B)'[(V_b-V_B)^(-1)](b-B)
 = 2.81
 Prob>chi2 = 0.0939
 (V_b-V_B is not positive definite)

Fig. 1 Hausman test estimation

Since p -value > 0.01 , the main hypothesis is not rejected.

The obtained results allow us to conclude that in our case fits the model with random individual effects. This should be expected, since the study was chosen specific country set, their composition has not changed from year to year. Same situation is for imports.

Hausman test is carried out only with the estimates of the coefficients that are present simultaneously in the regressions and FE, and RE. This means that it only takes into account the coefficients are not time-invariant regressor.

In this study we used panel data method and perform the regressions with Stata-program. Apply the random effects (RE) techniques. We also control Multilateral resistance term by construction year and country dummies.

Results for exports presented in table 4.3:

Random-effects GLS regression Number of obs = 130

Group variable: pairid Number of groups = 10

R-sq: within = 0.7337 Obs per group: min = 13

Between = 1.0000 avg = 13.0

overall = 0.8973 max = 13

Wald chi2 (9) = .

corr (u_i, X) = 0 (assumed) Prob > chi2 = .

We can see a number of interesting features apparent from these random effects estimation for export from Belarus to a country partner. The first is that equation fits the data relatively well: its overall R^2 is 0.89 for, which means that the explanatory variables account for over 89 per cent of the observed variation in trade in the data for exports. To interpret the model results further, we need to look more closely at the estimated coefficients and their corresponding t -tests.

Population in Belarus: -5.855042 , fits in 95% confidence interval and statistically significant at 5 per cent level. What means that growth of Belarusian population in 1% tends to reduce exports from Belarus by 5.86%. This results conflict with intuition and will be explained below, in conclusion.

Population in country partner have positive sign and coefficient value is 1.999553, that means that 1% growth in population in country partner tends to increase trade by about 2 per cent, and this effects statistically significant at the 1 per cent level (indicated by a p -value in the fifth column of less than 0.01).

As was expected distance coefficient have a negative sign value is -0.1815647 , but it looks statistically insignificant, that means that's distance don't have a great influence on Belarusian exports. This estimation also conflict with intuition and will be explained below.

GDP of Belarus coefficient value have positive sign and meaning is 3.542536, that means that 1% growth in GDP in Belarus tends to increase exports to country partner by about 3.54 per cent, and this effect is statistically significant at the 5 per cent level.

GDP of country partner unexpected have a negative sign and statistically insignificant, That mean GDP in country partner don't have a great influence on Belarusian exports in main ten country partners.

Note, however, that while the coefficients for the natural logarithm of continuous variables (e. g. GDP, distance) are elasticity, the coefficients for the dummies (such as a dummy denoting whether two countries share same boarder) are not. They need to be transformed as follows in order to be interpreted as elasticity: elasticity = $\exp(a) - 1$ where a is the estimated coefficient of the dummy variable and $\exp(a)$ is exponential.

Common Border Dummy Variable value is -2.764532 , that means that common boarder tends to reduce Belarusian exports by about -0.94 per cent, and this effect is statistically significant at 10 per cent level.

Former Soviet Union dummy value is -0.1235377 , but this effect is statistically insignificant. Common soviet history doesn't have significant influence on Belarusian exports to country partner.

When Belarusian exports to its main trading partners were studied, several conclusions could be made. First of all, the export structure of Belarus differs a lot from that of an average industrialized country. Therefore also the results of this study differed from those that are usually gotten from gravity model studies of industrialized countries. Majority of Belarusian exports are raw materials, oil products, potassium fertilizers.

Secondly, the distance between Belarus and its trading partners doesn't really affect the Belarusian exports, whereas for an average industrialized country a long distance to a

Table 2. (Std. Err. adjusted for 10 clusters in pairid)

lnexport	Coeff.	Robust Std.Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
lngdp_b	3.542536	1.659641	2.13	0.033	0.2896992	6.795373
lngdp_p	-.1458501	0.5127144	-0.28	0.776	-1.150752	0.8590517
lnpop_b	5.855042	2.698223	-2.17	0.030	-11.14346	-.5666231
lnpop_p	1.999553	0.7137957	2.80	0.005	.6005387	3.398567
lndistance	-0.1815647	1.367548	-0.13	0.894	-2.86191	2.498781
boarderdum	-2.764532	1.420592	-1.95	0.052	-5.548841	0.0197768
sovietdum	-.1235377	0.7282934	-0.17	-1.550966	-1.550966	1.303891
sigma_u	0					
sigma_e	0.46219294					
rho	0 (fraction of variance due to u_i)					

trading partner tends to decrease trade significantly. A likely explanation for also this result could be the export structure of Belarus. Raw material markets are global and some of them have to be exported very long distances, as they can be produced in only certain locations.

Also the population of the export market seems to be a bad variable to explain Belarusian exports. Once again, the demand for raw materials doesn't depend on the size of population, but it does seem to depend on the wealth of the nation. According to this study the wealth (GDP size) of a country seems to explain some of the demand for Belarusian exports

and especially the demand for oil products exports. This result matches with the intuition, as a wealthy country has typically higher need for raw materials, gasoline and energy than a less developed country has.

There is also a strong negative correlation between Belarusian population and Belarusian exports, but there is still no reason to believe that a decline in Belarusian population would cause increase in Belarusian exports. This relationship seems to be rather just a coincidence. Belarusian population declined on average during the period studied, while the Belarusian exports increase rapidly.

Оценка влияния размера среднедушевого дохода населения и количества заключаемых браков на уровень рождаемости в Российской Федерации

Нечипоренко Людмила Владимировна, кандидат экономических наук, ассистент;

Васин Владислав Владимирович, студент;

Денисова Елена Ивановна, студент

Поволжский государственный университет сервиса (г. Тольятти, Самарская обл.)

Подтверждается гипотеза о наличии влияния размера среднедушевого дохода населения и количества заключаемых браков на уровень рождаемости в Российской Федерации.

Ключевые слова: регрессионный анализ, корреляционный анализ, рождаемость, доход, брак.

В современной России существует достаточно широкий круг социально-экономических проблем, которые можно отнести к глобальным. Это и высокий уровень безработицы, сравнительно низкие заработные платы и, конечно же, низкий уровень рождаемости, что в итоге приводит к естественной убыли населения, являющейся одной из основных причин других социально важных проблем, влияющих на развитие экономической системы России. Для решения этой сложнейшей задачи Правительство Российской Федерации с 1 января 2007 года утвердило программу «Материнский капитал», которая позволяет получать средства на второго, третьего и последующих детей в качестве дополнительной поддержки со стороны государства. Данное мероприятие призвано к изменению негативных тенденций, связанных с убылью населения. Принятое решение способствует росту рождаемости, однако естественного прироста не наблюдается.

Целью настоящего исследования является подтверждение гипотезы о наличии влияния размера среднедушевого дохода населения и количества заключаемых браков на уровень рождаемости в Российской Федерации. Данные показатели находятся в постоянной взаимной и всеохватывающей объективной связи. Исследование зависимостей и взаимосвязей между объективно существующими явлениями и процессами очень важно, оно дает возможность глубже понять сложный механизм причинно-следственных отношений между явлениями. Для исследования интенсивности, вида и формы зависимостей широко применяется корреляционно-регрессионный анализ, который является методическим инструментарием при решении задач прогнозирования, планирования и анализа.

Для построения модели оценки влияния размера среднедушевого дохода населения и количества заключаемых браков на уровень рождаемости в Российской Федерации использованы статистические данные, представленные в табл. 1. [4, 5]

В табл. 1 представлены значения исследуемых показателей, среди которых P — рождаемость является результирующим фактором, а фактор времени, количество браков и среднедушевой доход являются влияющими. Данные представлены в динамике, что позволит сделать анализ более достоверным. Для большей точности прогноза значения рождаемости были сглажены по пяти точкам.

Необходимым условием осуществления последовательных расчетных операций при построении модели оценки влияния размера среднедушевого дохода населения и количества заключаемых браков на уровень рождаемости является предварительное определение наличия или отсутствия тренда в динамическом ряду параметров, характеризующем уровни рождаемости в каждом из обозначенных периодов в России. Выявление тенденции основывается на использовании метода проверки разностей средних уровней. Для этого динамический ряд разбивается на две равные по числу уровней части ($n_1=5$ и $n_2=5$). По каждой из частей рассчитаны средние значения уровней динамического ряда и исправленные дисперсии. Расчетные значения обозначенных показателей представлены в табл. 3.

Таблица 1. Исходные данные для проведения многофакторного анализа

Период	Рождаемость, чел. (Р)	Браки, шт. (Б)	Среднедушевой доход, руб. (СД)
2003 г.	1477301	1091778	5167,4
2004 г.	1502477	979667	6399,0
2005 г.	1457376	1066366	8088,3
2006 г.	1479637	1113562	10154,8
2007 г.	1610122	1262500	12540,2
2008 г.	1713947	1179007	14863,6
2009 г.	1761687	1199446	16895,0
2010 г.	1788948	1215066	18958,4
2011 г.	1796629	1316011	20780,0
2012 г.	1902084	1213598	23058,0

Таблица 3. Результаты расчетов средних значений показателей динамического ряда и исправленных дисперсий

1 часть ряда		2 часть ряда	
Среднее значение (\bar{P}_1)	Исправленная дисперсия (S_1^2)	Среднее значение (\bar{P}_2)	Исправленная дисперсия (S_2^2)
1520115,56	3484366853,77	1781295,32	6512983789,87

После проверяется гипотеза о равенстве дисперсий S_1^2 и S_2^2 этих совокупностей на основе F -критерия Фишера. Сравнение расчетного значения критерия с табличным критическим при уровне погрешности 5% и степенями свободы $k_1=4$ ($k_1=n_1-1$) и $k_2=4$ ($k_2=n_2-1$) показало наличие тренда. Окончательная проверка гипотезы о наличии тренда произведена с использованием t -критерия Стьюдента. [2. 3] Расчетное значение t -критерия больше табличного, то есть тренд существует. Расчетные значения обозначенных критериев представлены в табл. 4.

Таблица 4. Значения F -критерия Фишера и t -критерия Стьюдента

Критерий Фишера		Критерий Стьюдента	
$F_{\text{расч}}$	$F_{\text{табл}}$	$t_{\text{расч}}$	$t_{\text{табл}}$
1,869201512	6,39	33865,45311	2,31

Следующим этапом анализа является выявление вида зависимости исследуемых факторов. Для этого используется метод характеристик прироста, вследствие чего выявлено, что зависимость является логарифмической, и уравнение имеет следующий вид:

$$\lg P = \lg a_0 + B \cdot \lg a_1 + CD \cdot \lg a_2 + t \cdot \lg a_3 \quad (1)$$

где P — уровень рождаемости;

B — количество браков;

CD — среднедушевой доход населения;

a_0, a_1, a_2, a_3 — параметры;

t — вбирает в себя все неучтенные факторы, меняющие свое значение от периода к периоду.

Аналитическое выравнивание статистических данных по методу наименьших квадратов предполагает нахождение такого теоретического уровня, который удовлетворял бы следующим условиям: сумма линейных отклонений теоретических значений ряда от статистических равна нулю; сумма квадратов этих отклонений есть величина наименьшая.

Неизвестные параметры a_0, a_1, a_2, a_3 вычисляются методом наименьших квадратов посредством системы линейных уравнений:

$$\begin{cases} \sum \lg P = n \cdot \lg a_0 + \sum B \cdot \lg a_1 + \sum CD \cdot \lg a_2 + \sum t \cdot \lg a_3 \\ \sum B \cdot \lg P = \sum B \cdot \lg a_0 + \sum B^2 \cdot \lg a_1 + \sum CD \cdot B \cdot \lg a_2 + \sum t \cdot B \cdot \lg a_3 \\ \sum CD \cdot \lg P = \sum CD \cdot \lg a_0 + \sum CD \cdot B \cdot \lg a_1 + \sum CD^2 \cdot \lg a_2 + \sum t \cdot CD \cdot \lg a_3 \\ \sum t \cdot \lg P = \sum t \cdot \lg a_0 + \sum t \cdot B \cdot \lg a_1 + \sum t \cdot CD \cdot \lg a_2 + \sum t^2 \cdot \lg a_3 \end{cases} \quad (2)$$

$$\begin{cases} \lg a_0 = 6,12338 \\ \lg a_1 = -0,0000000049355 \\ \lg a_2 = 0,000010437 \\ \lg a_3 = -0,0080951 \end{cases} \quad (3)$$

Искомое уравнение зависимости примет следующий вид:

$$\lg P = 6,12338 - B * 0,0000000049355 + CD * 0,000010437 - t * 0,0080951 \quad (4)$$

Чем меньше разность между фактическими значениями уровня рождаемости (P) и теоретически ожидаемыми (\hat{P}), найденными с помощью уравнения модели, тем яснее выражена закономерность связи между признаками. Поэтому при определении параметров a_0, a_1, a_2, a_3 важно обеспечить минимум отклонений ($P - \hat{P}$). Поскольку отклонения имеют разные знаки, необходимо, чтобы минимальной была сумма квадратов отклонений. В этом состоит сущность метода наименьших квадратов. Анализ результатов расчета отклонений показывает, что расхождение между значениями существующего и теоретически ожидаемого уровня удовлетворенности потребителей услуг не превышает 1 %.

Далее произведём оценку стандартной ошибки:

$$S_{y\hat{}} = \frac{\sqrt{\sum_{i=1}^n (\lg P_i - \lg \hat{P}_i)^2}}{n-1}, S_{y\hat{}} = 0,274 \quad (5)$$

Малая величина ошибки в отклонениях между практическими и теоретическими значениями критериальной переменной свидетельствует о надежности найденной закономерности и возможности ее использования для решения практических задач.

Для определения степени влияния размера среднедушевого дохода населения и количества заключаемых браков на уровень рождаемости в Российской Федерации и тесноты связи между показателями воспользуемся показателями общей, факторной, остаточной дисперсии и коэффициентом тесноты связи. [2. 3] Результаты расчетов представлены в табл. 5.

Таблица 5. Оценка влияния размера среднедушевого дохода населения и количества заключаемых браков на уровень рождаемости в Российской Федерации и тесноты связи между показателями

Показатель	Расчетная формула	Значение показателя
Общая дисперсия результативного признака P , отображающая совокупное влияние всех факторов	$\sigma^2_{общ}(P) = \frac{\sum (P_i)^2}{n} - (\bar{P})^2$	0,001451029
Факторная дисперсия, отображающая вариацию результативного признака P только от воздействия изучаемых факторов B, CD	$\sigma^2_{факт}(P) = \frac{\sum \hat{P}_i}{n} - (\bar{P})^2$	0,001446539
Остаточная дисперсия, отображающая вариацию результативного признака P от всех прочих, кроме B, CD факторов	$\sigma^2_{ост}(P) = \sigma^2_{общ}(P) - \sigma^2_{факт}(P)$	0,0000044906
Коэффициент тесноты связи результативного признака P и изучаемых факторов B, CD	$\eta = \sqrt{\frac{\sigma^2_{факт}(P)}{\sigma^2_{общ}(P)}}$	0,998451413

Анализ данных таблицы позволяет сделать следующий вывод: из общей величины дисперсии уровня рождаемости на долю факторной приходится 99,85 %, между результативным признаком и изучаемым фактором существует тесная связь.

Таким образом, на основе методических принципов осуществления корреляционно-регрессионного анализа и моделирования выявлена зависимость уровня рождаемости в Российской Федерации от размера среднедушевого дохода населения и количества заключаемых браков, построена модель, которая учитывает высокую степень зависимости критериальной переменной от регрессоров и может быть использована для получения достоверного вариативного прогноза уровня рождаемости.

Литература:

1. Дубина, И.Н. Математико-статистические методы в эмпирических социально-экономических исследованиях [Текст]: учеб. пособие по дисц. «Эконометрика» для вузов по направл. «Экономика»/И.Н. Дубина. — М.: Финансы и статистика [и др.], 2010. — 414 с.
2. Кузнецова, Л.В. Методические аспекты моделирования оценки влияния состояния этапов процесса управления обслуживанием на уровень обслуживания потребителей предприятий сферы услуг // Вестник ИНЖ-ЭКОНа. Серия: Экономика. — 2010. — № 1. — с. 352–355.
3. Нечипоренко, Л.В. Оценка влияния уровня удовлетворенности производителей на уровень удовлетворенности потребителей услуг // Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия: Экономика. — 2013. — № 5 (31). — с. 64–68.
4. Федеральная служба государственной статистики. Население. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/population/demography/#. Дата обращения 25.05.2014.
5. Федеральная служба государственной статистики. Уровень жизни. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/population/level/#. Дата обращения 25.05.2014.

Оценка влияния численности населения, занятого в сфере экономики, на объем экспорта Российской Федерации

Нечипоренко Людмила Владимировна, кандидат экономических наук;

Лисова Наталья Александровна, студент

Поволжский государственный университет сервиса (г. Тольятти, Самарская обл.)

В статье подтверждается гипотеза о наличии влияния численности занятого в сфере экономики населения на объем экспорта и проводится прогнозирование объема экспорта Российской Федерации в страны СНГ на 2014 год.

Ключевые слова: международная торговля, моделирование, прогнозирование, экспорт.

Международная торговля — одна из наиболее развитых и традиционных форм международных экономических отношений [5]. На долю торговли приходится около 80% всего объема международных экономических отношений. В общем виде международная торговля является средством, с помощью которого страны могут развивать специализацию, повышать производительность своих ресурсов и таким образом увеличивать общий объем производства. Суверенные государства, как и отдельные лица и регионы страны, могут выиграть за счет специализации на изделиях, которые они могут производить с наибольшей относительной эффективностью, и последующего их обмена на товары, которые они не в состоянии сами эффективно производить.

Международная торговля товарами складывается из двух противоположно направленных потоков — экспорта и импорта. Понятие «экспорт» происходит от лат. *exporto*, что в буквальном смысле означает вывозить товары и услуги из порта страны [1].

В настоящее время экспорт любых товаров или услуг, осуществляемый законным способом из одной страны в другую, является одним из самых распространенных видов деятельности в **торговой сфере**. Именно поэтому, наряду с импортом, экспорт составляет основу международных экономических отношений. На объем экспорта страны оказывают влияние такие факторы как: уровень безработицы, курсы валют, численность занятого в сфере экономики населения и т. д.

Целью настоящего исследования является подтверждение гипотезы о наличии влияния численности населения России, занятого в сфере экономики, на объем экспорта в страны СНГ, а также прогнозирование объема экспорта Российской Федерации в страны СНГ на 2014 год.

Для построения модели оценки влияния численности населения, занятого в сфере экономики, на объем экспорта использованы данные Федеральной службы государственной статистики (табл. 1) [6].

Предварительная обработка динамического ряда состоит в его сглаживании. Сглаживание временного ряда позволяет отфильтровать мелкие случайные колебания и выявить основную тенденцию изменения исследуемой величины. Необходимым условием осуществления последовательных расчетных операций при построении модели оценки влияния

Таблица 1. **Динамический ряд, отражающий объем экспорта Российской Федерации в страны СНГ в 2008–2013 гг.**

Год	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Экспорт, млн. долларов США	69656	46811	59685	79435	78107	73490

численности занятого в сфере экономики населения на объем экспорта является предварительное определение наличия или отсутствия тренда в динамическом ряду параметров. Выявление тенденции основывается на использовании метода проверки разностей средних уровней. Для этого динамический ряд разбивается на две равные по числу уровней части ($n_1=3, n_2=3$). По каждой из частей рассчитаны средние значения уровней динамического ряда и исправленные дисперсии [2, 4]. Расчетные значения обозначенных показателей представлены в табл. 2.

Таблица 2. **Результаты расчетов средних значений показателей динамического ряда и исправленных дисперсий**

1 часть ряда		2 часть ряда	
Среднее значение ($\bar{\mathcal{E}}_1$)	Исправленная дисперсия (S_1^2)	Среднее значение ($\bar{\mathcal{E}}_2$)	Исправленная дисперсия (S_2^2)
61465,5533	4272492,013	74485,9467	3629478,77

После этого проверяется гипотеза о равенстве дисперсий S_1^2 и S_2^2 этих совокупностей на основе F -критерия Фишера. Сравнение расчетного значения критерия с табличным критическим при уровне погрешности 5% и степенями свободы $k_1=2$ ($k_1=n_1-1$) и $k_2=2$ ($k_2=n_2-1$) показало наличие тренда. Окончательная проверка гипотезы о наличии тренда произведена с использованием t -критерия Стьюдента. Расчетное значение t -критерия больше табличного, то есть тренд существует [2, 4] (табл. 3).

Таблица 3. **Значения F-критерия Фишера и t-критерия Стьюдента**

Критерий Фишера		Критерий Стьюдента	
$F_{расч}$	$F_{табл}$	$t_{расч}$	$t_{табл}$
1,177	19,00	2,86	2,78

Модель выражается уравнением с определенной зависимостью между параметрами, выявление характера такой зависимости возможно с помощью визуального метода. Зависимость можно охарактеризовать как линейную. Следовательно, модель выражается уравнением прямой. Уравнение регрессии имеет вид:

$$\mathcal{E} = a_0 + a_1 \cdot Чз + a_2 \cdot t, \tag{1}$$

где

\mathcal{E} — объем экспорта;

$Чз$ — численность занятого в экономике населения;

a_0, a_1, a_2 — параметры;

t — вбирает в себя все неучтенные факторы, меняющие свое значение от периода к периоду.

Неизвестные параметры a_0, a_1, a_2 вычисляются методом наименьших квадратов посредством системы линейных уравнений:

$$\begin{cases} \sum \mathcal{E} = n a_0 + a_1 \sum Чз + a_2 \sum t, \\ \sum \mathcal{E} \cdot Чз = a_0 \sum Чз + a_1 \sum Чз^2 + a_2 \sum Чз \cdot t, \\ \sum \mathcal{E} \cdot t = a_0 \sum t + a_1 \sum Чз \cdot t + a_2 \sum t^2. \end{cases} \tag{2}$$

Искомое уравнение зависимости примет следующий вид:

$$\mathcal{E} = -311469,876 + 5271,5954 \cdot Чз + 1941,868 \cdot t \tag{3}$$

Аналитическое выравнивание эмпирических данных по методу наименьших квадратов предполагает нахождение такого теоретического уровня, который удовлетворял бы следующим условиям: сумма линейных отклонений теоретических значений ряда от эмпирических равна нулю; сумма квадратов этих отклонений есть величина наименьшая. [3] То есть, чем меньше разность между фактическими значениями объема экспорта (\mathcal{E}_i) и теоретически ожидаемыми ($\hat{\mathcal{E}}_i$), найденными с помощью уравнения модели, тем яснее выражена закономерность связи

между признаками. Поэтому при определении параметров a_0 , a_1 , a_2 важно обеспечить минимум отклонений ($\mathcal{E}_i - \hat{\mathcal{E}}_i$). Поскольку отклонения имеют разные знаки, необходимо, чтобы минимальной была сумма квадратов отклонений. В этом состоит сущность метода наименьших квадратов. Анализ результатов расчета отклонений показывает, что расхождение между значениями существующего и теоретически ожидаемого уровня удовлетворенности потребителей услуг не превышает 1 %.

Расчет средней ошибки аппроксимации [4]:

$$m = \frac{1}{n} \times \sum_{i=1}^n \left| \frac{\mathcal{E}_i - \hat{\mathcal{E}}_i}{\mathcal{E}_i} \right| \times 100; m = 0,06 \quad (4)$$

Малая величина ошибки в отклонениях между практическими и теоретическими значениями критериальной переменной свидетельствует о надежности найденной закономерности и возможности ее использования для решения практических задач.

Для определения степени влияния численности населения России, занятого в сфере экономики, на объем экспорта в страны СНГ и тесноты связи между показателями воспользуемся показателями общей, факторной, остаточной дисперсии и коэффициентом тесноты связи. Результаты расчетов представлены в табл. 4.

Таблица 4. Оценка влияния численности населения, занятого в сфере экономики (Чз), на объем экспорта России в страны СНГ (Э) и тесноты связи между показателями

Показатель	Расчетная формула	Значение показателя
Общая дисперсия результативного признака Э, отображающая совокупное влияние всех факторов	$\sigma^2_{общ}(y) = \frac{\sum y_i^2}{n} - \bar{y}^2$	4666968259,42
Факторная дисперсия, отображающая вариацию результативного признака Э только от воздействия изучаемого фактора Чз	$\sigma^2_{факт}(y) = \frac{\sum \hat{y}_i^2}{n} - \bar{y}^2$	4663997879,95
Остаточная дисперсия, отображающая вариацию результативного признака Э от всех прочих, кроме Чз факторов	$\sigma^2_{ост}(y) = \sigma^2_{общ}(y) - \sigma^2_{факт}(y)$	2970379,67
Коэффициент тесноты связи результативного признака Э и изучаемого фактора Чз	$\eta = \sqrt{\frac{\sigma^2_{факт}(y)}{\sigma^2_{общ}(y)}}$	0,99968

Анализ данных таблицы позволяет сделать следующий вывод: из общей величины дисперсии объема экспорта на долю факторной приходится 99,97 %, между результативным признаком и изучаемым фактором существует значительная связь.

В целях прогнозирования объема экспорта на 2014 год, необходимо в уравнение зависимости (3) подставить ожидаемое значение численности населения, занятого в сфере экономики, и порядковый номер прогнозируемого периода:

$$\mathcal{E} = -311469,876 + 5271,5954 * 71,39 + 1941,8681 * 7 = 78462,41$$

Анализ результатов свидетельствует о том, что прогнозное значение объема экспорта Российской Федерации в страны СНГ увеличится на 6,3 % и составит 78462,41 млн. долларов США.

Таким образом, на основе методических принципов осуществления корреляционно-регрессионного анализа и моделирования выявлена зависимость объема экспорта России в страны СНГ от численности населения, занятого в сфере экономики, построена модель, которая учитывает высокую степень зависимости критериальной переменной от регрессора и сделан прогноз объема экспорта на 2014 год на основе этой модели.

Литература:

1. Борисов, А. Б. Большой экономический словарь — М.: Книжный мир, 2009.
2. Кузнецова, Л. В. Методические аспекты моделирования оценки влияния состояния этапов процесса управления обслуживанием на уровень обслуживания потребителей предприятий сферы услуг // Вестник ИНЖ-ЭКОНа. Серия: Экономика. — 2010. — № 1. — с. 352–355.

3. Морякова, А.В. Инструментарий экономико-математического моделирования оценки состояния функций управления на предприятиях сферы сервиса: теоретический и методический аспекты // Экономика и управление: новые вызовы и перспективы. — 2010. — №1 — с. 177–179.
4. Нечипоренко, Л.В. Оценка влияния уровня удовлетворенности производителей на уровень удовлетворенности потребителей услуг // Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия: Экономика. — 2013. — №5 (31) — с. 64–68.
5. Смитиенко, Б.М. Международные экономические отношения // — М.: ИНФРА-М, 2010. — с. 198.
6. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]: Электрон. портал. — Режим доступа: <http://www.gks.ru/>

Ведение бухгалтерского учета и составление финансовой отчетности государственных учреждений в Казахстане

Оразбекулы Бахыт, кандидат экономических наук, доцент;
Ким Мария Викторовна, магистрант

Жетысуский государственный университет имени И. Жансугурова (г. Талдыкорган, Казахстан)

Казахстан — динамичная страна со средним уровнем дохода населения и динамично растущей экономикой. В мировой политике Казахстан — **ответственный и надежный партнер**, пользующийся бесспорным международным авторитетом. Страна должна работать как **единая корпорация**, а государство должно быть ее **ядром**. [1]

Повышение эффективности экономики является ключевой задачей современной экономической стратегии государства. Особая роль в этом принадлежит бухгалтерскому учету, как важному средству управления ресурсами страны. В данное время реформирование бухгалтерского учета является объективной необходимостью, связанной с возможностью выполнения одной из задач, обозначенной Президентом страны — создание прозрачной и ясной системы управления финансовыми ресурсами страны и составления баланса активов и обязательств государства. Переход на международные стандарты финансовой отчетности для общественного сектора (далее — МСФООС) позволяет составить баланс активов и обязательств государственного сектора и эффективно контролировать финансовые ресурсы страны.

На сегодняшний день Международные Стандарты Финансовой Отчетности Общественного Сектора (МСФООС) являются наиболее прогрессивными стандартами рекомендательного характера. Они позволяют составлять и предоставлять более полную и достоверную информацию о фактах осуществления хозяйственных операций.

Как показывает международная практика, МСФООС закрепляют достаточно длительный опыт ведения бухгалтерского учета и отчетности в условиях рыночной экономики. Кроме того, отчетность, сформированная по МСФООС, отличается высокой информативностью и полезностью.

Казахстан принял за основу подход по разработке своих национальных правил, основанных на Междуна-

родных стандартах. Новая система учета, позволит оценить эффективность финансирования деятельности государственного сектора и его реальную потребность в средствах для выполнения своих функций. Что позволит в свою очередь повысить прозрачность финансовой информации для принятия управленческих решений и реального планирования бюджетных расходов.

Кроме того, МСФООС на сегодняшний день являются международным финансовым языком, поэтому переход Казахстана на национальные правила позволит заложить еще одну основу взаимного доверия между Казахстаном и международным сообществом.

Принимая во внимание практику внедрения МСФО в хозяйствующих субъектах Казахстана, продолжавшейся на протяжении более десяти лет, реформирование системы бухгалтерского учета государственных учреждений по переходу на МСФООС проводилось поэтапно.

Приказом Министра финансов Республики Казахстан от 24 июля 2009 года №318 «Об утверждении Плана действий по совершенствованию бухгалтерского учета и финансовой отчетности государственных учреждений на 2009–2013 годы» были определены основные этапы реформирования системы бухгалтерского учета государственных учреждений.

Министерством осуществлялась поэтапная работа по реализации плана мероприятий по совершенствованию системы бухгалтерского учета и финансовой отчетности государственных учреждений и по переходу государственных учреждений в соответствии с МСФООС на метод начисления с 1 января 2013 года — срока, определенного статьей 245 Бюджетного кодекса.

В настоящее время, все основные нормативные правовые акты (далее — НПА), составляющие методологическую основу в соответствии с МСФООС и методом начисления, утверждены, зарегистрированы в Министерстве Юстиции, опубликованы в СМИ и разме-

щены на сайте Министерства (*www.minfin.kz раздел МСФООС/Нормативные правовые акты*). А также обучения и повышения квалификации финансовых работников государственных учреждений, согласно постановлению Правительства Республики Казахстан от 24 июля 2007 года №624 создан АО «Центр подготовки, переподготовки и повышения квалификации специалистов органов финансовой системы».

Операции и события в бухгалтерском учете государственных учреждений отражаются на основании Плана счетов бухгалтерского учета государственных учреждений (далее — План счетов), утвержденного приказом Министра финансов Республики Казахстан от 15 июня 2010 года 281 «Об утверждении Плана счетов бухгалтерского учета государственных учреждений» [3]. Процедура перехода государственных учреждений по ведению бухгалтерского учета методом начисления осуществляется в соответствии с разделом 25 «Переходные положения» Учетной политики, утвержденной приказом Министра финансов Республики Казахстан от 7 сентября 2010 года №444 [4].

При переходе на метод начисления государственные учреждения, в соответствии со Схемой перехода на новый План счетов бухгалтерского учета государственных учреждений, осуществляют перенос сальдо баланса ф. 1 бюджетной отчетности, подготовленного по данным бухгалтерского учета по кассовому методу по состоянию на 1 января 2013 года, в вступительный бухгалтерский баланс финансовой отчетности по методу начисления на эту же дату. В целях подтверждения остатков на начало периода по статьям учета долгосрочных активов и запасов к вступительному балансу должны быть приложены формы бюджетной отчетности: ф. 5-б «Отчет о движении долгосрочных активов» и ф. 6 «Отчет о движении запасов», заполненные только по графе 3 ф. 5б «На начало года» и по графе 3 ф. 6 «Остаток на начало отчетного года» соответственно.

В условиях применения метода начисления стоимость основных средств подлежит признанию в составе расходов путем ежемесячного начисления амортизации в размере установленных норм. Годовые нормы износа по долгосрочным активам утверждены приказом Министра финансов Республики Казахстан от 27 апреля 2011 года №219 «О внесении изменения и дополнений в приказ Министра финансов Республики Казахстан от 24 февраля 2011 года №95 «О некоторых вопросах государственного регулирования системы бухгалтерского учета и финансовой отчетности в государственных учреждениях» [5].

Метод начисления — метод бухгалтерского учета, при котором операции и другие события признаются по факту их свершения в том отчетном периоде, в котором они имели место, независимо от фактического поступления или выплаты денежных средств.

При составлении финансовой отчетности соблюдаются следующие требования:

— полнота и достоверность отражений за отчетный период всех операций;

— правильность отнесения доходов и расходов к отчетным периодам;

— тождество данных аналитического учета оборотам и остаткам по счетам синтетического учета на первое число месяца, следующего за отчетным периодом;

— аккуратность заполнения показателей и недопустимость подчисток и помарок. В случае исправления ошибок делаются соответствующие записи, заверенные лицами, подписавшими финансовую отчетность, с указанием даты исправления.

Годовая финансовая отчетность составляется по состоянию на 1 января года, следующего за отчетным. Квартальная финансовая отчетность составляется по состоянию на 1 июля и 1 октября текущего финансового года. Годовая финансовая отчетность составляется за календарный период с 1 января по 31 декабря.

Государственные учреждения представляют финансовую отчетность в сроки, установленные администраторами бюджетных программ и доведенные ими до государственных учреждений до даты представления финансовой отчетности.

Финансовая отчетность представляется на бумажном носителе в сброшюрованном виде с пронумерованными страницами и оглавлением.

Датой представления финансовой отчетности для государственного учреждения считается день фактической передачи ее по принадлежности, за исключением государственных учреждений, находящихся в других населенных пунктах, для которых датой представления финансовой отчетности является дата ее отправления, обозначенная в штампе почтового предприятия, но не позднее 5 календарных дней до даты представления финансовой отчетности.

В случае совпадения срока, установленного для представления отчетности с выходным (нерабочим) днем, финансовая отчетность представляется на следующий за ним первый рабочий день.

Годовой, квартальной финансовой отчетности, представляемой государственными учреждениями включает:

- 1) бухгалтерский баланс — форма 1,
- 2) отчет об изменениях в активах и обязательствах — форма 2,
- 3) отчет о движении денег на счетах государственного учреждения по источникам финансирования — форма 3,
- 4) пояснительную записку — форма 4.

«Бухгалтерский баланс» состоит из двух частей: актива и пассива. С бухгалтерским балансом представляются два приложения: «Отчет о результатах финансовой деятельности» и «Отчет об изменениях чистых активов/капитала». Активы — первая часть бухгалтерского баланса, состоит из двух разделов: краткосрочные и долгосрочные активы, вместе девяти разделов. Пассив бухгалтерского баланса состоит из трех разделов: краткосрочные обязательства, долгосрочные обязательства и Чистые активы/капитал, вместе пяти разделов ныне существующих.

На забалансовых счетах отражаются ценности, не принадлежащие государственному учреждению, но временно находящиеся в его пользовании или распоряжении, а также бланки строгой отчетности, запасы, принятые на ответственное хранение или оплаченные по централизованному снабжению, путевки в дома отдыха и другие активы, учитываемые на забалансовых счетах.

«Отчет о результатах финансовой деятельности государственного учреждения» представляет информацию о доходах, расходах текущего периода и финансовом результате отчетного года.

«Отчет об изменениях чистых активов/капитала» составляется в разрезе статей раздела «Чистые активы/капитал» бухгалтерского баланса и раскрывает изменения статей активов и обязательств формы 1 «Бухгалтерский баланс».

«Пояснительная записка» состоит из общих сведений и раскрытий к финансовой отчетности.

Кроме того, в описательной части обязательно излагается информация по бюджетной отчетности, в соответствии с требованиями Правил составления и представления бюджетной отчетности государственными учреждениями и администраторами бюджетных программ, утвержденным приказом Министра финансов Республики Казахстан от 27 февраля 2009 года №89 (зарегистрированный в Реестре государственной регистрации нормативных правовых актов за №5612), о результатах проведенной инвентаризации, об остатках наличных денег в кассе с указанием причин образования остатков наличных денег в кассе государственного учреждения, не сданных в текущем финансовом году для зачисления на код государственного учреждения с последующим пе-

речислением в соответствующий бюджет по кодам бюджетной классификации доходов [5].

В настоящее время экономика Республики Казахстан представляет собой высокоразвитую информационную систему, отстроенную и функционирующую в соответствии с международными требованиями, является единой системой учета, которая включает разные ее аспекты (статистический учет, налоговый учет, бухгалтерский учет и т.д.).

Бухгалтерский учет является важнейшим фактором, обеспечивающим единство и функциональность глобальной системы учета, как источник данных для последующего накопления, систематизации и обобщения в соответствии с поставленными задачами.

Информационная функция финансовой отчетности в экономике исходит из финансовых результатов деятельности организаций, которые необходимы широкому кругу заинтересованных пользователей информации как внутри, так и за пределами учреждения. Высококачественная отчетность необходима и для развития рынка капитала, поскольку на ее основе принимаются решения о распределении ограниченных ресурсов, часто определяющие развитие экономики на десятилетия вперед. Исходя из этого, сегодня одной из важных тем являлся вопрос реформы бухгалтерского учета в государственном секторе и порядок перевода государственных учреждений на МСФООС. Цель реформы — заключается в гармонизации двух систем в единообразии и последующий переход к основному завершающему шагу по формированию консолидированного баланса активов и обязательств государства в целом.

Литература:

1. Послание Президента Республики Казахстан — Лидера нации Нурсултана Назарбаева народу Казахстана «Стратегия «Казахстан—2050»: новый политический курс состоявшегося государства» от «14» декабря 2012 г.;
2. Приказ Министра финансов Республики Казахстан от 15 июня 2010 г. №281 «Об утверждении Плана счетов бухгалтерского учета государственных учреждений», зарегистрирован в Министерстве юстиции Республики Казахстан №6314 от 29 июня 2010г
3. Приказ Министра финансов Республики Казахстан от 7 сентября 2010 г. №444 «Об утверждении учетной политики» зарегистрирован в Министерстве юстиции Республики Казахстан №6505 от 22 сентября 2010 г.;
4. Приказ Министра финансов Республики Казахстан от 27 апреля 2011 года №219 «О внесении изменений и дополнений в приказ Министра финансов Республики Казахстан от 24 февраля 2011 года №95 «О некоторых вопросах государственного регулирования системы бухгалтерского учета и финансовой отчетности в государственных учреждениях» зарегистрирован в Министерстве юстиции Республики Казахстан №6965 от 20 мая 2011 г.
5. Приказ Министра финансов Республики Казахстан от 3 августа 2010 г. №393 «Об утверждении Правил ведения бухгалтерского учета в государственных учреждениях» зарегистрирован в Министерстве юстиции Республики Казахстан №6443 от 25 августа 2010 г.

Молодой ученый

Ежемесячный научный журнал

№ 7 (66) / 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