



НАУКА И ОБРАЗОВАНИЕ XXI ВЕКА

**Сборник статей
Международной научно-практической конференции**

31 мая 2013

Часть 1

Уфа
РИЦ БашГУ
2013

УДК 00(082)
ББК 65.26
НЗ4

Редакционная коллегия:

Юсупов Р.Г., д-р ист. наук, профессор (отв. редактор);

Овакимян Г.Д., д-р пед. наук, профессор;

Мухамадеева З.Ф., канд. соц. наук, доцент;

НЗ4 **Наука и образование XXI века:** сборник статей Международной научно-практической конференции. 31 мая 2013 г.: в 5 ч. Ч.1 / отв. ред. Р.Г. Юсупов. - Уфа: РИЦ БашГУ, 2013. – 266 с.
ISBN 978-5-7477-3241-4

Настоящий сборник составлен по материалам Международной научно-практической конференции «Наука и образование XXI века», состоявшейся 31 мая 2013 г. в г. Уфа.

Ответственность за аутентичность и точность цитат, имен, названий и иных сведений, а так же за соблюдение законов об интеллектуальной собственности несут авторы публикуемых материалов. Материалы публикуются в авторской редакции.

УДК 00(082)
ББК 65.26

ISBN 978-5-7477-3241-4

© Коллектив авторов, 2013
© ООО «Аэтерна», 2013

УДК 339

А.Л. Агафонцева,
ассистент кафедры «Таможенное дело и коммерция»,
Курганский государственный университет,
г. Курган, Российская Федерация

СИСТЕМА ТАМОЖЕННО-ТАРИФНЫХ ПРЕФЕРЕНЦИЙ ТАМОЖЕННОГО СОЮЗА: ЭКОНОМИКО-ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ

Мировой опыт свидетельствует, что таможенные союзы создают благоприятные условия для развития торговли, производства, способствуют укреплению не только экономических, но и политических связей государств, которые объединены общими экономическими интересами.

Существуют объективные предпосылки формирования полноценного Таможенного союза России, Белоруссии и Казахстана. Подобные объединения делают национальные экономики государств-союзинок значительно сильнее, позволяют выступать его участникам единым интегрированным экономическим и политическим блоком в международных отношениях, увеличивают политический и экономический вес государств в глобальном масштабе, а также открывают большие перспективы для хозяйствующих субъектов и частных лиц данных стран.

Формирование Таможенного союза в рамках ЕврАзЭС является важным этапом в углублении интеграционного взаимодействия государств сообщества и создании в перспективе Единого экономического пространства.

Вместе с тем создание Таможенного союза сталкивается с рядом проблем. Наиболее сложными являются задачи унификации национальных законодательств стран ЕврАзЭС в таможенной и внешнеэкономической сферах, выработки механизма зачисления и распределения таможенных платежей и косвенных налогов в бюджеты государств, формирования единого торгового режима.

Таможенный союз - это соглашение государств об упразднении таможенных пошлин и границ между ними и введении единого таможенного тарифа для других государств.

С присоединением Российской Федерации к таможенному союзу претерпевает изменения нормативно-правовая база по вопросам регулирования таможенных правоотношений. Основным документом, регулирующим таможенные правоотношения, является Таможенный кодекс Таможенного союза, применяемый странами – участниками Таможенного союза.

В связи с формированием нормативной правовой базы Таможенного союза изменяется таможенное законодательство государств-участников. Прежде всего, в дополнение к действующему национальному законодательству появились еще два уровня регулирования: международные соглашения государств-участников таможенного союза и решения Комиссии таможенного союза.

Одним из наиболее важных документов в области тарифного регулирования внешней торговли стран Союза является Соглашение «О едином таможенно – тарифном регулировании» от 25 января 2008 года.

Основываясь на данном Соглашении, в целях содействия углублению экономической интеграции и осуществления добросовестной конкуренции, руководствуясь общепризнанными нормами и правилами международной торговли был подписан Протокол «О единой системе тарифных преференций Таможенного союза» от 12 декабря 2008 года.

Анализируя данный протокол, можно сформулировать следующее понятие: «Единая система тарифных преференций Таможенного союза – это совокупность нормативно-правовых актов, определяющих порядок предоставления тарифных преференций, список товаров-изъятий, перечень стран-пользователей, условия получения преференций, а также способы предоставления тарифных преференций».

Важно констатировать, что система преференций представляет собой комплексную, многоуровневую систему, которая имеет сложную взаимосвязь как с внутренней, так и с внешней средой.

Следует отличать понятия «таможенные преференции» и «тарифные преференции». Таможенные преференции включают в себя тарифные преференции, льготы по таможенным сборам, косвенным налогам и таможенным процедурам. Тарифные преференции предоставляются в отношении товаров, происходящих из стран, образующих зону свободной торговли или таможенный союз, из государств-участников СНГ, развивающихся и наименее развитых стран. Кроме того, таможенные преференции могут предоставляться ряду импортеров товаров в виде освобождения от уплаты налога на добавленную стоимость и акцизов из стран, с которыми заключены двусторонние международные договоры. Страна происхождения товара используется, прежде всего, при тарифном регулировании, а именно в части предоставления преимуществ по уплате таможенной пошлины. Такого рода льготы имеют название тарифных преференций (латин. *preferens* — предпочтение). Таким образом, понятие таможенной льготы шире понятия тарифной льготы.

В практике международной торговли необходим четкий и регламентированный порядок предоставления преференциального режима ввоза товаров на таможенную территорию с целью предотвращения спорных (судебных) отношений между участниками внешней торговли и таможенными органами страны.

Основной целью предоставления преференциального режима является оказание помощи отстающим в экономическом развитии странам. Для страны – импортера такая помощь наносит урон бюджету государства, поэтому проводится тщательный контроль всех тех сведений, которые влияют на предоставление преференций. Однако несогласие таможи с предоставлением причитающегося преференциального режима ряду стран часто является вопросом судебных разбирательств в арбитражных судах.

Определение преференциального происхождения имеет две стороны: материальную и юридическую.

Материальную сторону составляет нормативно-правовая база Таможенного союза в области тарифных преференций. Помимо вышеуказанных документов, к материальной стороне преференциального режима относятся: ФЗ № 311 «О таможенном регулировании в Российской Федерации»; Соглашение «О правилах определения происхождения товаров из развивающихся и наименее развитых стран»; Соглашение «О единых правилах определения страны происхождения товаров»; Перечень развивающихся стран – пользователей системы тарифных преференций; Перечень наименее развитых стран – пользователей системы тарифных преференций; Перечень товаров, происходящих и ввозимых из развивающихся стран и наименее развитых стран, при ввозе которых предоставляются тарифные преференции.

Юридическая сторона преференциального режима представляет собой обязанность предоставления в таможенный орган одновременно с таможенной декларацией документа, однозначно подтверждающего страну происхождения товара - сертификат о стране происхождения товара. Для наименее развитых и развивающихся стран-пользователей Единой системы тарифных преференций - это сертификат формы «А», а для государств Зоны свободной торговли - сертификат формы СТ-1. В рамках Таможенного союза отменена необходимость предоставления сертификата СТ-1 во взаимной торговле России, Белоруссии и Казахстана. На данный момент происхождение товара может быть доказано на основе простой коммерческой документации.

После вступления России в структуру ВТО имеется необходимость модернизации таможенного законодательства по линии его унификации с общепринятыми стандартами ВТО в области предоставления тарифных преференций. Отсюда необходимы некоторые поправки и уточнения в законодательство, в реальную практику предоставления Таможенным союзом преимуществ конкретным странам-бенефициарам.

© А.Л. Агафонцева, 2013

Л.А. Азисова,
магистрант 2 курса Высшей школы экономики и менеджмента,
Уральский федеральный университет
имени первого президента России Б.Н. Ельцина,
г. Екатеринбург, Российская Федерация

РАЗВИТИЕ СИСТЕМЫ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ЗАКУПОК

С принятием Федерального закона РФ № 94-ФЗ «О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд» (94-ФЗ) от 21.07.2005 г. сделан существенный шаг в направлении регламентирования процедур размещения заказа, делающий этот процесс более прозрачным и контролируемым. Но на сегодняшний день остаются следующие нерешенные проблемы: отсутствует регулирование закупочного процесса; низкое качество поставляемых товаров и выполняемых работ, услуг; необоснованные и завышенные цены, что не позволяет обеспечить экономическую эффективность государственных и муниципальных закупок.

Начиная с 2010 г. поправки в Федеральный закон № 94-ФЗ вносились 27 раз. Дмитрий Анатольевич Медведев еще в конце 2010 года обратил внимание на то, что нецелевые расходы в сфере государственных закупок составляют триллион рублей в год, и заявил о необходимости разработать новый закон. При этом в Федеральной антимонопольной службе отмечали, что в процессе реформирования можно обойтись поправками к действующему закону, а в Минэкономразвития и Высшей школе экономики, считали, что следует принять новый закон «О федеральной контрактной системе» (ФКС).

1 сентября 2011 г. Министерство экономического развития России представило новый Федеральный закон «О федеральной контрактной системе». Вся система государственных закупок будет преобразована в федеральную контрактную систему. Существенным отличием ФКС от существующей системы государственных закупок является долгосрочное планирование государственных и муниципальных нужд.

Теперь любой государственной закупке будет предшествовать разработка сводного прогноза сроком на три года, который станет частью программы социально-экономического развития РФ или субъекта федерации. Конкретные планы-графики закупок будут разрабатываться заказчиками ежегодно и утверждаться после принятия закона о бюджете. Таким образом, система планирования в ФКС имеет четкую взаимосвязанную структуру, позволяющую повысить прозрачность процедуры закупок, а также ограничить возможные злоупотребления со стороны заказчиков.

Закон о ФКС учитывает имеющийся опыт осуществления государственных и муниципальных закупок, а также международную практику, в том числе основные положения модельного законодательства Комиссии ООН по праву международной торговли. Он призван существенно повысить качество обеспечения государственных (муниципальных) нужд за счет реализации системного подхода к формированию, размещению и исполнению государственных (муниципальных) контрактов.

При этом закон о ФКС должен обеспечить прозрачность всего цикла закупок от планирования до приемки и анализа контрактных результатов, предотвратить коррупцию. Им регулируются отношения, связанные с прогнозированием и планированием обеспечения государственных и муниципальных нужд в товарах, работах, услугах, осуществлением закупок товаров, работ, услуг для государственных заказчиков, мониторингом, контролем, аудитом за соблюдением требований, предусмотренных законопроектom.

Во-первых, ФКС вводит новые понятия, такие как контракт, участник процедур закупок, документальные отчеты, единая информационная система.

Во-вторых, в ФКС добавляются новые способы осуществления закупок:

- 1) открытый конкурс;
- 2) конкурс с ограниченным участием;
- 3) двухэтапный конкурс;
- 4) электронный аукцион;
- 5) запрос котировок;
- 6) запрос предложений;
- 7) закрытые способы осуществления закупок товаров, работ и услуг;
- 8) из единственного источника.

В-третьих, обязательна, должна быть обоснованность закупки, исходя из ее необходимости и соответствии плану закупок, также обоснованию подлежат начальная (максимальная) цена и выбранный способ заказа.

Начальная (максимальная) цена контракта будет определяться расчетным способом посредством использования следующих методов:

- 1) нормативный метод, под которым понимается расчет цены контракта на основе нормативов;
- 2) метод одной цены, согласно которому цена контракта определяется по цене, установленной организацией, являющейся единственным производителем (поставщиком) товаров (исполнителем работ, услуг), либо обладающим исключительным правом на товар, работу услугу;

3) тарифный метод, цена контракта определяется в соответствии с установленным тарифом (ценой) товара (работы, услуги);

4) метод индексации, расчет цены контракта производится путем индексации цены аналогичных в сопоставимых условиях товаров (работ, услуг), закупленных (закупаемых) заказчиком в предыдущем (текущем) году на уровень инфляции (иной обоснованный заказчиком коэффициент);

5) запросный метод, который используется дополнительно к методу индексации, а также в иных случаях, когда имеется конкурентный рынок поставщиков (исполнителей, подрядчиков) необходимых товаров (работ, услуг);

6) проектный метод, под которым понимается расчет цены долгосрочных, дорогостоящих (стоимостью более 100 млн. рублей) и особо важных комплексных контрактов путем оценки обоснованности и стоимости критического пути и реализуемых в рамках контракта проектных решений в целом.

Согласно финансово-экономическому обоснованию закон о контрактной системе не потребует дополнительных затрат из средств федерального бюджета. Затраты, связанные с осуществлением организационных мероприятий, предполагается произвести за счет средств, выделяемых федеральными органами исполнительной власти, заказчиками из федерального бюджета, бюджетов субъектов РФ, бюджетов муниципальных образований, на текущее материально-техническое обеспечение их деятельности без изменения лимитов бюджетных ассигнований в рамках текущего финансирования.

8 апреля 2013 г. Президент России Владимир Путин подписал законопроект «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд». Закон вступает в силу с 1 января 2014 г. и заменит действующий 94-ФЗ.

По мнению автора, новые изменения в системе государственных закупок позволят обеспечить прозрачность и эффективность расходования бюджетных средств и решат проблемы коррупции, демпинга, установления и обоснования цены контракта, а также качества предоставляемых товаров, работ, услуг. Все нововведения значительно повлияют на развитие добросовестной конкуренции.

© Л.А. Азисова, 2013

Р.И. Ахметов,
студент 1 курса экономического факультета,
Башкирский государственный университет,
Научный руководитель: **А.А. Рабцевич**
г. Уфа, Российская Федерация,

РОССИЯ В СИСТЕМЕ МИРОВЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ

Мировое разделение труда – является неотъемлемой составляющей экономической эффективности экономик мира во благо всего человечества. Данный тип коинтеграции народов мира зародился еще в глубокой древности. Таким образом, государства, имеющие плодородный чернозем и благоприятный климат могут снабжать страны, бедные землёй, продуктами продовольствия, которые попросту необходимы для выживания. Когда-то основным ресурсом была плодородная почва, сейчас – это энергоресурсы. Однако в любой деятельности общества существует два главных управляющих института: политика и экономика, результатом работы, которых, является тот самый уровень жизни, которым мы обладаем [1, С. 47].



Рис 1. Карта темпов экономического роста в 2009 г.

На сегодняшний день в мире существует 191 независимых друг от друга государств и около 40 – в той или иной степени зависимых. ВВП мира за 2005 год составило 43,92 трлн. долл., или 6827 долл. на душу населения. Темп роста мировой экономики составил 4,3%. Мировая отраслевая структура разделена следующим образом: 4% с.х., 20% -сбережения, 20,7 – экспортная квота, 32% - промышленность, 64% - сфера услуг. Стоит отметить место России в Мировом ВВП.

Экономика Российской Федерации занимает 8 место по объему ВВП в 2012 году. Он составил 2,053 трлн. долл. Однако на душу населения – это 51-е место (\$13 236) (2011) [5]. Чтобы понять, какую роль играет экономика России в мировом производстве, необходимо знать основные статьи экспорта и импорта, а также ее основных деловых партнеров.

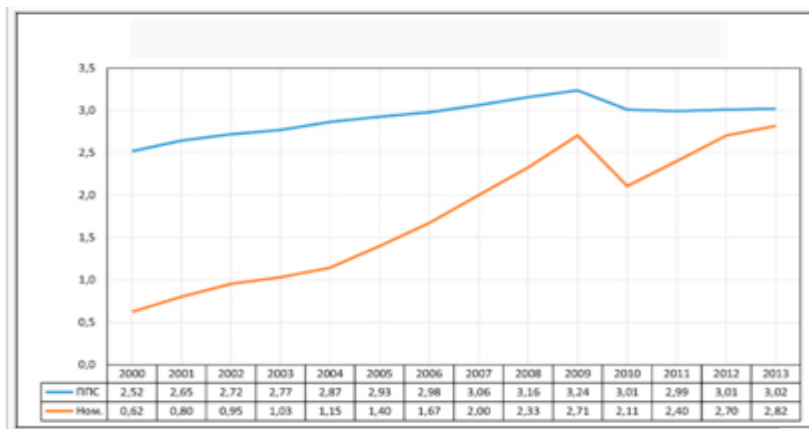


Рис 2. Доля Российского ВВП в мировом (в %)

Разберем основные понятия.

Экспорт – в буквальном смысле означает вывоз товаров и услуг из порта страны. Покупателя данных товаров и услуг именуют страной — «импортёром», а внешнего продавца страной — «экспортером».

Импорт - покупка субъектами внешнеэкономической деятельности у иностранных субъектов хозяйственной деятельности товаров с ввозом или без ввоза этих товаров на территорию страны, включая покупку товаров, предназначенных для собственных нужд организациями и предприятиями государства, расположенными за ее границами [4, С. 79].

Основными статьями экспорта Р.Ф. являются:

1. Нефтедобыча и нефтепереработка (в том числе и АНК «Башнефть»);
2. Природный газ;
3. Металлы;
4. Древесина;
5. Химия и нефтехимия;
6. Военная техника (в том числе и Ишимбайский «Витязь»)

При этом главными партнерами России по экспорту являются: Китай, Германия, США, Украина, Франция, Италия, Япония и Белоруссия.

Из вышесказанного становится ясно, что России – сырьевая страна. В статьях экспорта отсутствуют элементы услуг (либо финансовых,

либо реальных). Также Основная доля принадлежит нефтедобыче, переработке и газу (около 70% от ВВП нашей страны). При этом, доля добытой и отправленной сырой нефти за границу превалирует над долей отправленного переработанного сырья, что сильно снижает ВВП России (второе) [2].

Основными статьями импорта Р. Ф. являются:

1. Фармакология;
2. Техника, транспорт;
3. Пластмасс;
4. Мясо, фрукты, орехи;
5. Оптическое и медицинское оборудование.

Главными импортерами являются: Нидерланды, Китай, Италия, Германия, Польша.

Импорт, по сути, есть введение элементов, стабилизирующих работу государства, как систему. По статье импорта, можно судить о том, что Россия еще не в силах обеспечить свою страну важными отечественными продуктами (мясо, фармакология, транспорт). По некоторым из этих проблем российские власти приняли свои меры. К примеру, защитив отечественную автомобильную промышленность, войдя в ВТО и увеличив налоги на утилизацию иностранного металла на территории нашей страны. Таким образом, был предотвращено значительно удешевление иностранных автомобилей.

Китай является главным партнером России во внешнеэкономических отношениях лидируя с статья импорта и экспорта. Китай поставляет в Россию: автомобили, одежду, электронику, изделия из резины и кожи, ткани, рабочую силу. По итогам построенной математической регрессионной модели, было выяснено, что ВВП Р. Ф. тесно коррелирует с ВВП Китая (корреляция – статистическая взаимозависимость двух или более случайных величин (элементов системы) [3, С. 102]).

Высокий уровень взаимозависимости экономик России и Китая имеет, как положительные, так и отрицательные стороны. К примеру, экономическое сотрудничество стран с коммунистическим прошлым, реализуется с большей пользой и отдачей для обеих сторон. Однако любое коинтегрирование экономики страны приводит к ее глобализированию и чрезвычайной зависимости от некоторых элементов иностранной политики.

Результатом Российско-Китайских отношений является созданный в 1998 году стратегический треугольник Россия-Китай-Индия в ответ на готовившуюся в НАТО операцию против Югославии. В то время российским премьер-министром был Евгений Примаков, который призвал к сотрудничеству трех стран, как силу, противостоящую однополярности в мировом господстве. Все три государства имели свои интересы:

1. Россия - подчеркнуть важность в сотрудничестве против иностранного террора;

2. Китай и Индия - получить доступ к Российским энергоресурсам.

Итогом данного сотрудничества стало и нормализация отношений между Китаем и Индией и урегулирование пограничных проблем.

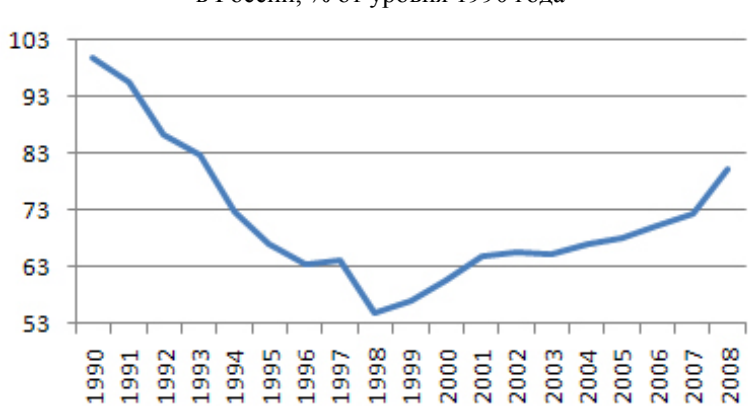
Рассмотрим Сальдо импорта и экспорта нашей страны. Понятие «Сальдо» часто применимо в бухгалтерском учете и оно отражает разность между денежными поступлениями и расходами (в данном случае между экспортом и импортом).

Таблица 1. Экспорт и импорт Р. Ф. за период 2006-2010гг. [6]

Период	Экспорт	Импорт	Сальдо	В % к предыдущему году	
				Экспорт	Импорт
2006	301244	137807	163437,2		
2007	351928	199753	152175,1	116,8	145
2008	467581	267101	200479,8	132,9	133,7
2009	301667	167348	134318,5	64,5	62,7
2010	396644	229045	167599,3	131,5	136,9

По таблице 1 можно сделать вывод о том, что в России наметилась тенденция к сокращению объемов импорта и увеличению объемов экспорта, что благоприятно для экономики страны. Учитывая сырьевую направленность отечественного производства, всякое увеличение объема экспорта даст нашему государству дополнительные средства для поддержания отстающих отраслей отечественно экономики (к примеру, объем сельского хозяйства до сих пор находится ниже «советского» уровня)

График 2. Индекс объема продукции сельского хозяйства в России, % от уровня 1990 года



Однако увеличение объема поставкой энергоресурсов на мировой рынок может привести к его скорому перенасыщению. Именно это явление наблюдается в этот момент в мире и России, а именно замедление темпов роста ВВП и официальная переоценка стоимость нефтепродуктов внутри страны.

В данной научной статье была рассмотрена экономика России, её место в мировой экономике, а также основные отношения с иностранными государствами. В дальнейшем данное изучение продолжится, где будет построена регрессионная модель, отражающую зависимость мирового ВВП от экономических единиц, как стран мира, так и отдельно от Российской Федерации.

Список использованной литературы:

1. А.И. Дравлин., С.Г. Михнева / Внешнеэкономическая деятельность: учебное пособие. Изд. 2-е, перераб. и доп./ Экономические обоснования выхода на внешний рынок – 2006. – С. 162;
2. Ю.С. Токтамышева / Всероссийской молодёжной научно-практической конференции «актуальные вопросы науки и образования» / Оценка влияния внедрения инноваций на развитие экономики (тезис) – 2013. – С 2.;
3. С.А. Айвазян, В.С. Мхитарян / Прикладная статистика и основы эконометрики/ Однофакторные и многофакторные регрессионные модели - 1998. – С. 1005;
4. Е.С. Батманов, П.С. Томилов / Мировая экономика и международные экономические отношения (раздаточный материал к курсам) / - 2005. – С. 111;
5. www.wikipedia.ru / Интернет-ресурс / Экономика Российской Федерации;
6. www.ereport.ru / Интернет-ресурс / Общие итоги внешней торговли Российской Федерации (миллионов долларов США);
7. www.investmentrussia.ru / Интернет-ресурс / Экономические прогнозы на 2013 год.

© Р.И. Ахметов, А.А. Рабцевич, 2013

Л.Ш. Ахметова,
студентка 1 курса магистратуры Финансово-экономического института
ФГБОУ ВПО Тюменский государственный университет

РАСЧЕТ ДЕНЕЖНЫХ КОЭФФИЦИЕНТОВ ПРИ АНАЛИЗЕ КРЕДИТОСПОСОБНОСТИ ЗАЕМЩИКА

Ни для кого не секрет, что кредитные учреждения должны максимально взвешенно подходить к вопросам кредитования. В целях уменьшения рисков банкротства потенциальных заемщиков банками проводится тщательный анализ кредитоспособности, охватывающий все аспекты функционирования организации: анализ внутренней и внешней среды, уровень платежеспособности и ликвидности и т.п. Банки разрабатывают собственные методики оценки кредитоспособности, выделяя те или иные приоритеты при проведении анализа, пытаясь улучшить качество оценки и повысить достоверность результатов. В этой связи особенно актуальным становится поиск новых элементов расчета кредитоспособности, способных усовершенствовать существующие методики.

Традиционные показатели ликвидности и платежеспособности, используемые практически в каждом из существующих на сегодняшний день количественных методов оценки, в последние десятилетия все чаще стали подводить финансовых аналитиков [1, с. 20]. Доверие к ним неуклонно падает, тем более что нынешние компании стремятся минимизировать запасы и величину оборотного капитала, принимая программы бережливого производства и концепцию "точно в срок". Например, показатели ликвидности, рассчитываемые по компании, выживающей в период кризиса. Если продажи товаров будут осуществляться только по предоплате, а за поставки планируется рассчитываться постепенно (например, в течение нескольких месяцев), запасы планируется сократить, то это приведет к уменьшению дебиторской задолженности (покупатели будут платить заранее) и к увеличению кредиторской, в результате чего классический показатель текущей ликвидности (оборотные активы к краткосрочным обязательствам) примет значения меньше единицы, что свидетельствует о якобы будущем крахе компании.

Сегодня большая величина оборотного капитала говорит скорее о неэффективном управлении активами. Например, с середины XX века коэффициенты ликвидности западных компаний сократились почти вдвое. Помимо этого, практика показывает, что компании очень легко манипулируют цифрами финансовой отчетности, изменяя «оценочные» показатели (бухгалтерская прибыль, себестоимость), стремясь приукрасить

действительное положение дел.

В последнее время все более популярным становится анализ кредитоспособности, проводимый на основе данных о движении денежных средств. Это и неудивительно: данные отчета о движении денежных средств соответствуют реальному положению дел в компании; их, в отличие от данных баланса и отчета о финансовых результатах, намного сложнее исказить и приукрасить. Информация о денежных потоках позволяет отследить изменения в активах компании, дает возможность анализа величины и сроков поступлений и выплат. Информация о движении денежных средств просто неоценима при финансовом моделировании поведения компании в будущие периоды, в ее способности погашать полученные кредиты, в таком планировании графиков погашений, которое способно помочь избежать кассовых разрывов. Преимущество информации о движении денежных средств, используемой в качестве информационной базы для анализа кредитоспособности, очевидно.

На основе данных отчета о движении денежных средств в целях анализа финансового состояния заемщика рассчитываются так называемые «денежные коэффициенты» [4, с. 30]. Примерный перечень возможных коэффициентов приведен в таблице [3, с. 26].

Таблица

Коэффициенты, рассчитываемые при анализе денежных потоков

Название коэффициента	Расчет	Содержание
1. Денежное содержание операционной маржи	Операционный денежный поток / Операционная прибыль	Денежное содержание операционной прибыли (маржи)
2. Денежное содержание чистой прибыли	1) Чистый денежный поток от операционной деятельности/ Чистая прибыль; 2) (Чистый денежный поток от операционной деятельности – Амортизация материальных и нематериальных активов) Чистая прибыль	Показывает, в какой степени чистая прибыль облечена в форму реальных денег; второй вариант расчета используется для более точной оценки денежного содержания чистой прибыли
3. Коэффициент «Деньги-Выручка»	(Деньги и денежные эквиваленты + Легкорезализуемые ценные бумаги) / Выручка	Позволяет оценить достаточность или избыточность величины денежных средств
4. Коэффициент избыточности денежных средств	(Деньги+Денежные эквиваленты)/(Неотложные платежи компании+Запланированные капитальные затраты)	Более точная оценка достаточности или избыточности денежных средств, т.к. часть выручки может расходоваться на создание различных фондов и резервов

5. Денежный поток к совокупному долгу	(Денежный поток от операционной деятельности)/Совокупный долг	Позволяет осуществить прогноз финансового положения заемщика
6. Коэффициент денежного покрытия долга	(Денежный поток от операций- Дивиденды)/Совокупный долг	Оценивает способность погашения задолженности без ущерба принятой дивидендной политике
7. Период выплаты долга	Совокупный долг/(Денежный поток от операций – Дивиденды)	Показывает количество лет, в течение которых компания способна расплатиться по своим долгам, соблюдая принципы дивидендной политики
8. Коэффициент денежного покрытия текущей части долгосрочного долга	(Денежный поток от операций – Дивиденды)/Текущая часть долгосрочного долга	Показывает способность выплачивать долгосрочные долги по мере наступления сроков их погашения
9. Коэффициент покрытия обязательств по обслуживанию долга	EBIDTA/Годовые выплаты процентов и основного долга	Является прогнозным показателем, позволяющим оценить способность компании погасить свою задолженность в полном размере; знаменатель - проспективный показатель; при анализе и показатель в числителе коэффициента может быть проспективным, поскольку оценивается кредитными аналитиками.
10. Коэффициент денежного покрытия процентов	(Денежные поток от операций + Проценты уплаченные + Налоги уплаченные)/Проценты уплаченные (полная величина процентов по долгу)	Показывает возможность заемщика гасить свою задолженность по процентам; более точный прогнозный показатель возможности погашения обязательств, т.к. в благоприятные годы компания может рефинансировать свой долгосрочный долг
11. Коэффициент денежной рентабельности активов (CROA)	Операционный денежный поток (включая проценты и налоги)/Среднегодовая валюта баланса	Показывает, насколько эффективно в плане генерирования денежного потока используются активы
12. Коэффициент денежной рентабельности собственного капитала (CROE)	Операционный денежный поток (включая проценты и налоги)/Величина собственного капитала	Показывает долю денежных средств, генерируемых с помощью собственного капитала

Анализируя денежные потоки предприятий-заемщиков, не следует забывать и традиционные методы и приемы оценки кредитоспособности. Оценку показателей прибыльности, финансового рычага, платежеспособности и ликвидности невозможно заменить одним лишь анализом денежных средств. Расчеты подобного рода способны сделать более точными результаты оценки, их следует применять в комбинации с

существующими методиками. Только комплексный, многосторонний анализ функционирования хозяйственной жизни предприятия приведет к наиболее достоверной оценке реального положения дел у заемщика.

Список использованной литературы:

1. Бардакова, Е.В. Современные методы анализа денежного потока корпоративного заемщика / Е.В.Бардакова // Банковское кредитование.-2012. -№6.-С.17-29.

2. Ольшанникова, Н.И. Анализ данных отчета о движении денежных средств для оценки заемщика / Н.И. Ольшанникова // Банковское кредитование. – 2010. - №1.-С.23-29.

3. Черемушкин, С. Оценка финансового состояния компании на основе денежных коэффициентов / С. Черемушкин // Финансовый менеджмент. – 2007. - №5. – С. 26-33.

© Л.Ш. Ахметова, 2013

УДК 332

Д.Р. Балуева,
студентка 2 курса магистратуры направления «Экономика»,
Тюменский государственный университет
г. Тюмень, Российская Федерация

ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ СОЦИАЛЬНО- ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ

В условиях современной экономической, политической, социальной действительности наблюдается усложнение происходящих процессов и повышение требований к их участникам, в связи с чем странам и регионам приходится постоянно конкурировать друг с другом в поисках путей для повышения своего благосостояния. При этом, задачей управляющих органов является не только позиционирование своей территории, как успешно развивающейся, но и создание условий для реального положительного развития всех сфер общественной жизни и, прежде всего, развития социально-экономического.

Управление развитием региона – это регулирование и направление жизнедеятельности региона посредством создания и управления согласованными между собой программами (проектами) развития в соответствии с теми приоритетами, федеральными и региональными интересами, которые были приняты к исполнению на законной или договорной основе и поддержаны населением. Такие проекты предусматривают использование необходимых для их исполнения ресурсов и имеют четко установленные сроки.

Главной целью управления региональным развитием является создание условий, позволяющих каждому трудоспособному гражданину поддерживать свое благосостояние и благосостояние своей семьи посредством собственного труда и предприимчивости.

Напрямую или косвенно в регулировании социально-экономического развития регионов участвуют все государственные институты: и Министерство финансов, и Министерство экономического развития, и Министерство природных ресурсов, и Министерство труда и социальной защиты, и Министерство здравоохранения и пр. – практически все органы власти в Российской Федерации и их ведомства определенным образом влияют на социально-экономическое развитие как страны в целом, так и отдельно взятых регионов.

Среди государственных органов исполнительной власти Российской Федерации, осуществляющих управление социально-экономическим развитием регионов, особо выделяется Министерство регионального развития. Минрегион России осуществляет функции по разработке государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере социально-экономического развития субъектов РФ, федеративных и национальных отношений, разделения полномочий по предметам совместного ведения федеральных и региональных органов власти, а также органов местного самоуправления, осуществления приграничного сотрудничества, развития районов Крайнего Севера и Арктики, защиты прав национальных меньшинств на территории страны и т.д.

Большинство федеральных органов имеет свои представительства в регионах России, обеспечивающие реализацию федеральной политики на региональном уровне.

Обе палаты Федерального собрания (Совет Федерации и Государственная Дума) имеют Комитеты по делам Федерации и региональной политике, отвечающие за управление развитием регионов на уровне законодательной власти. Эти Комитеты обеспечивают нормативно-правовое обеспечение решения приоритетных проблем территориального развития России как федеративного государства.

Разумеется, существует и нормативно-правовая база, определяющая региональное развитие в нашей стране. Важные положения для правового обеспечения социально-экономического развития регионов содержит Конституция Российской Федерации: в ней определяются принципы устройства государства, основы взаимоотношений федеральных, региональных органов и органов местного самоуправления, правовые рамки осуществления социально-экономической политики на всей территории России. В Конституции указаны также и все предпосылки, создающие условия для единства экономического пространства внутри страны.

Помимо федеральных законов нормативно-правовую базу составляют также указы Президента и постановления Правительства

Российской Федерации, Бюджетный, Налоговый, Градостроительный кодексы, иные федеральные нормативные акты, договоры и соглашения между Российской Федерацией и её субъектами, а также законы и нормативные акты субъектов федерации.

Среди нормативно-правовых актов, обеспечивающих управление социально-экономическим развитием регионов, можно выделить «Основные положения региональной политики в Российской Федерации», *Федеральный закон № 115-ФЗ «О государственном прогнозировании и программах социально-экономического развития Российской Федерации»*, Закон РФ № 2395-1 «О недрах», *Указ Президента РФ № 2144 «О федеральных природных ресурсах»*, Закон Российской Федерации № 4218-1 «*Об основах федеральной жилищной политики*», Государственную программу по оказанию содействия добровольному переселению в Российскую Федерацию соотечественников, проживающих за рубежом, *Порядок разработки и реализации федеральных целевых программ* и межгосударственных целевых программ, законы и акты, регулирующие развитие «особых территорий» (например, Федеральный закон № 78-ФЗ «*Об основах государственного регулирования социально-экономического развития Севера Российской Федерации*»), законы и акты, устанавливающие различные по регионам социальные нормативы (призваны компенсировать населению негативные факторы проживания в том или ином регионе) и т.д.

Механизм управления социально-экономическим развитием регионов можно представить в виде следующего алгоритма (см. Рис. 1):

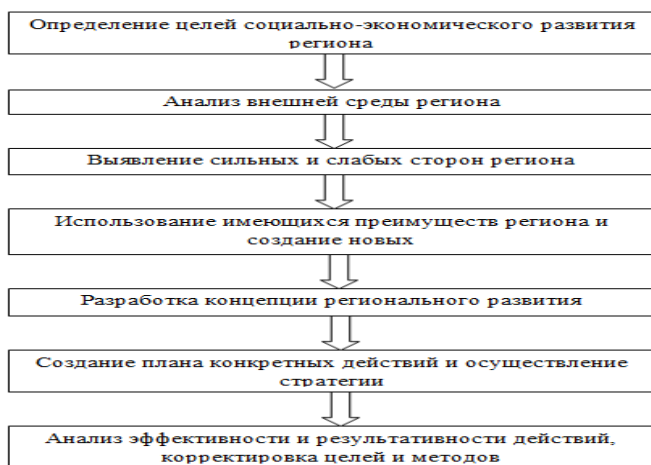


Рис. 1. Алгоритм управления региональным развитием.

С целью создания условий для устойчивого, самостоятельного и естественного социально-экономического развития региона при управлении региональным развитием необходимо также учитывать факторы, способствующие саморазвитию региона. Как правило, эти факторы связаны с природно-климатическими, историческими и прочими условиями, действующими на территории в течение длительного времени или постоянно.

© Д.Р. Балуева, 2013

УДК 338

Д.Р. Балуева,
студентка 2 курса магистратуры направления «Экономика»,
Тюменский государственный университет,
г. Тюмень, Российская Федерация

РЕГИОНАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИМ РАЗВИТИЕМ РЕГИОНА

Одной из особенностей современного мира является повсеместное распространение процессов глобализации, что может влиять на регионы как положительно, так и отрицательно. С одной стороны, глобализация предоставляет больше возможностей относительно выхода на новые рынки, заключения партнерских соглашений, увеличения числа потенциальных потребителей, появления новых технологий, способствующих росту регионального развития и т.д., с другой стороны, она приносит с собой и новые риски, повышающие требования к рабочим кадрам и качеству продукции, усиливается конкуренция, повышается необходимость более быстрого и квалифицированного принятия решений и пр.

Помощь регионам в нивелировании негативных последствий глобализации и адаптации к условиям национальной и мировой экономики с целью повышения уровня социально-экономического развития может осуществляться благодаря приемам регионального маркетинга. Под региональным маркетингом понимается согласованная и целенаправленная деятельность всей системы власти, бизнеса и граждан региона, осуществляемая в интересах целевых групп потребителей товаров и услуг региона и направленная на создание, поддержание, позитивное изменение имиджа региона и повышение его конкурентоспособности.

Существуют определенные цели мероприятий регионального маркетинга (см. Рис. 1):

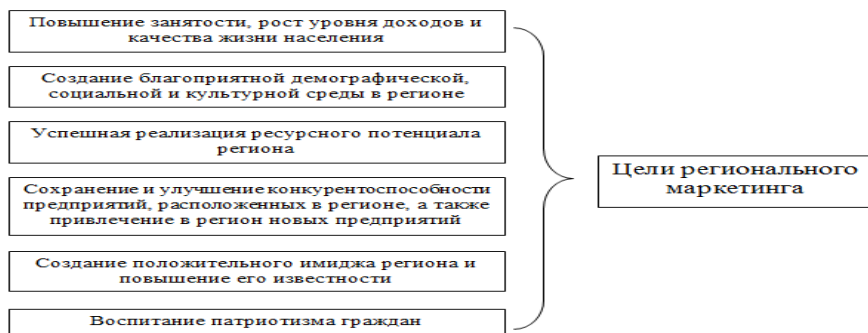


Рис. 1. Основные цели регионального маркетинга

Для достижения целей регионального маркетинга необходимо обеспечить решение следующих задач:

- Осуществление эффективной экономической и социальной политики в регионе,
- Проведение мероприятий по привлечению внутренних и внешних инвестиций,
- Сохранение и наращивание интеллектуального потенциала вследствие развития образования и науки,
- Развитие финансовых институтов и институтов социальной защиты населения,
- Поддержка малого и среднего бизнеса.

Как было сказано выше, все мероприятия регионального маркетинга осуществляются в интересах потенциальных потребителей товаров и услуг региона, которых условно можно разделить на три группы: 1) физические и юридические лица, очень важные для региона (те, кто выступает потребителями постоянно и непосредственно участвует в процессе регионального развития); 2) физические и юридические лица, представляющие для региона определенный интерес (разовые посетители); 3) физические и юридические лица, в участии которых регион не заинтересован (представители теневой экономики, криминальные элементы и структуры).

В качестве целевых рынков потребителей товаров и услуг региона выделяются четыре:

1. Рынок приезжих. Сюда входят как частные посетители региона (туристы, друзья или родственники постоянно проживающих на этой территории людей), так и посетители, имеющие деловые цели

(предприниматели, командировочные и пр.). Каждый из них затрачивает определенные средства на транспорт, питание, проживание и прочие товары и услуги, что впоследствии влияет на доходы населения территории, занятость и налоговые поступления в региональный бюджет. При этом регионам выгоднее привлекать на свою территорию тех посетителей, чье пребывание будет наиболее продолжительно, а ежедневные расходы будут наиболее высокими. Но существуют и лица, чье присутствие на территории региона будет нежелательно (персоны нон-грата, криминальные элементы и пр.) – в этом случае власти будут стараться максимально затруднить им приезд и пребывание в регионе.

2. Рынок жителей и наёмных работников. Здесь политика будет различна в зависимости от обеспеченности региона населением и рабочей силой. В случае недостатка трудовых ресурсов, регионы будут пытаться либо усилить рождаемость путем проведения соответствующих социальных программ среди населения, либо привлечь отдельные категории квалифицированных специалистов (например, врачей в сельские районы), либо обеспечить въезд на территорию дополнительной неквалифицированной рабочей силы (как происходит в Российской Федерации – жителей Таджикистана, Молдовы и т.д.). И наоборот, в случае перенаселения территории, власти будут стремиться к оттоку населения, его миграции в другие регионы, снижению рождаемости.

3. Рынок экономических отраслей (промышленность, торговля и пр.) и инвесторов. Власти регионов стараются обеспечить новые поступления в региональный бюджет, создать новые рабочие места для своих жителей. Для этого необходимо усиление экономического потенциала региона, исходя из его специфических характеристик, таких, как природные особенности, качество жизни, инвестиционный климат, доступность и качество трудовых ресурсов и пр. Далее может осуществляться поддержка уже существующих и успешных предприятий, их выход на внешние рынки, облегчение выхода на рынок для новых предприятий и привлечение на территорию предприятий из других стран и регионов.

4. Внешние рынки. Сюда относятся как международные рынки, так и рынки других регионов. Для каждого региона необходимо осуществлять обмен товарами и услугами на внешних рынках, поэтому важно повышение конкурентоспособности местной продукции, поддержание имиджа предприятий, функционирующих на территории региона – всё это способствует увеличению показателей сбыта продукции. Активность региона на этих рынках демонстрирует его способность производить товары и услуги, необходимые не только его жителям, но и физическим и юридическим лицам, проживающим за его пределами.

Можно выделить шесть основных этапов регионального маркетинга (см. Табл. 1):

Табл. 1. Основные этапы мероприятий регионального маркетинга

№	Этап	Мероприятия
1	Аудит региона	<ul style="list-style-type: none"> • Проведение статистических исследований, социологических опросов и пр., • Сбор информации, • Формирование концепции региона;
2	Определение видения и целей развития региона	<ul style="list-style-type: none"> • Определение целей развития региона, • Проведение SWOT-анализа региона, как места для проживания и работы населения, места посещения туристами и места для размещения предприятий, • Разработка исходных пунктов для профилирования региона соответственно интересам целевых групп;
3	Профилирование и позиционирование региона	<ul style="list-style-type: none"> • Анализ конкурентной среды региона, • Профилирование и позиционирование региона относительно сформированных на предыдущем этапе исходных пунктов, • Выявление пропорций между объемами продаж ведущих групп товаров на конкретных рынках сбыта в сравнении с ведущим регионом-конкурентом;
4	Разработка маркетинговых стратегий и мероприятий	<ul style="list-style-type: none"> • Проектирование согласованных со спецификой ситуации в регионе маркетинговых стратегий и мероприятий для каждой целевой группы, • Утверждение долгосрочных приоритетов в мероприятиях и целях;
5	Реализация	<ul style="list-style-type: none"> • Проведение комплексной реализации запланированных мероприятий, • Укрепление внутреннего самосознания и территориальной идентификации, • Обеспечение координации и ответственности в достижении поставленных целей;
6	Контроль результатов	<ul style="list-style-type: none"> • Проведение качественного и количественного контроля результатов на каждом этапе планирования и реализации мероприятий регионального маркетинга.

При планировании маркетинга региона обязательно учитываются следующие стратегические направления: 1) Маркетинг инфраструктуры, 2) Маркетинг достопримечательностей, 3) Обеспечение поддержки со стороны общественности, 4) Реклама и коммуникации, 5) Маркетинг имиджа.

Маркетинг инфраструктуры – важнейший элемент регионального маркетинга, так как именно инфраструктура определяет успех маркетинговых мероприятий на территории. Качество образования, энергоснабжения, экологии, развитие системы коммуникаций и степень безопасности позволяют судить о том, насколько власти региона озабочены региональным развитием, невозможным без обеспечения слаженно работающей инфраструктуры, хотя её наличие само по себе не является гарантией того, что регион будет развиваться.

Для непрерывного обновления инфраструктуры помимо строительства необходимо использовать на территориях приемы

инфраструктурного менеджмента, следить за существующими объектами, обеспечивать их регулярное усовершенствование при помощи современных методов и технологий – это позволит избежать проблем, связанных с ограниченностью ресурсов, межтерриториальными связями и охраной окружающей среды.

Примером успешного применения инфраструктурного менеджмента и маркетинга является Сингапур – страна, за период, начиная с 1959 г., превратившаяся под руководством своего лидера Ли Куан Ю из крошечного островного государства, лишенного всяческих ресурсов (даже питьевой воды) в сильную и высокоразвитую страну с высоким уровнем жизни, известный финансовый и бизнес-центр. Всё в Сингапуре построено по принципу фэн-шуй в сочетании с последними техническими разработками, там отсутствуют пробки и коррупция, зато присутствуют строгие законы, перед которыми все равны, и мощная система образования.

Маркетинг достопримечательностей проводится совместно с маркетингом имиджа. При этом используются и естественные природные достопримечательности региона (озера, реки, моря, горы, вулканы и т.д.), и исторические объекты (храмы, дворцы, музеи, усадьбы, памятники и т.д.), и известные личности, родившиеся, жившие или творившие на данной территории, и объекты культуры и отдыха (театры, парки, стадионы, улицы и т.д.). Чем более известны, уникальны и популярны достопримечательности региона, тем лучших результатов можно достичь региональным маркетингом.

Стратегии маркетинга в данном случае будут различаться в зависимости от индивидуальных особенностей и количества достопримечательностей на территории – будут проводиться мероприятия по их охране, популяризации или поддержке популярности, по созданию качественно новых достопримечательностей в регионе и пр.

Примером маркетинга достопримечательностей за счет природных объектов могут послужить озеро Байкал, гора Фудзи, Ниагарский водопад, исторических объектов – Эрмитаж, Мачу-Пикчу, египетские пирамиды, исторических личностей – музей-квартира Александра Сергеевича Пушкина на набережной реки Мойка, музей-театр Сальвадора Дали в Фигерасе, памятник святому князю Вацлаву в центре Праги, объектов культуры и отдыха – Лужники, Трафальгарская площадь, театр «Ла Скала».

Обеспечение поддержки со стороны общественности заключается в проведении мероприятий по формированию доброжелательного отношения к жителям из других стран, регионов и городов, повышению уровня сплоченности населения региона, уровня его образования и квалификации, развитию патриотизма. Это достигается путем работы с жителями данной территории, союзами и объединениями граждан.

Данная стратегия направлена на создание в регионе благоприятной атмосферы, необходимой для проведения мероприятий и поддержания

результатов регионального маркетинга, что невозможно сделать без формирования у населения самоидентификации относительно своего региона и терпимости по отношению к жителям других территорий.

Примерами реализации могут служить проведение Международного фестиваля народного творчества «Венок дружбы», Президентская программа повышения квалификации инженерных кадров на 2012-2014 гг., проект «Содействие повышению уровня финансовой грамотности населения и развитию финансового образования в Российской Федерации» и пр.

Маркетинг имиджа заключается в создании, развитии и распространении позитивной картины региона уполномоченным рекламным или PR-агентством. Направления деятельности и проводимые мероприятия выбираются, исходя из той ситуации, которая сложилась в регионе на период начала работы: у региона может сложиться негативный, слабый, противоречивый, смешанный, позитивный либо чрезмерно привлекательный имидж – в зависимости от того, в какую категорию попадает имидж конкретного региона, формируется система мероприятий. Важно проводить все мероприятия комплексно и в течение продолжительного периода – только так можно действительно создать и закрепить желаемый региональный имидж.

Данная стратегия не является дорогостоящей, хотя затраты на неё будут зависеть от реальной ситуации в регионе. Основными инструментами маркетинга имиджа являются различные акции, имиджевое позиционирование, слоганы и визуальные символы.

Ярким примером позиционирования имиджа могут послужить США, где у каждого из штатов существует прозвище, отражающее его деятельность и положение в стране. Например, штат Айдахо, на территории которого добывается 72 вида драгоценных и полудрагоценных камней – это «Штат-Самоцвет» (Gem State), штат Флорида, где порядка 361 дня в году светит солнце – «Штат Солнечного Света» (Sunshine State), известная золотодобычей Калифорния – «Золотой Штат» (Golden State), Аризона – «Штат Великого Каньона» (Grand Canyon State), Гавайи – «Штат Алоха» (Aloha State) и т.д. Подобные прозвища формируют сильный и устойчивый образ территории, к которой они относятся.

Реклама и коммуникации являются одновременно и одной из стратегий регионального маркетинга, и его инструментами, так или иначе используемыми и в реализации других стратегических направлений. Роль рекламы заключается в распространении и поддержании имиджа региона во внешней среде и в кругу представителей избранных целевых групп.

Региональные маркетологи имеют в арсенале разнообразные инструменты для влияния на целевые группы: это и СМИ, и прямая реклама, и различные акции, проводимые в регионе, и спортивные мероприятия, и музыкальные фестивали и т.д. Важно не ошибиться в выборе инструментов

воздействия, их правильном применении и комбинировании. Определяющими факторами выбора будут являться привычки и предпочтения целевых групп, свойства канала коммуникации, содержание рекламы и затраты на неё. Исходя из этих факторов, выбираются маркетинговые инструменты, после чего принимается решение о том, как часто и на какой территории будут проводиться рекламные мероприятия, в зависимости от соотношения эффективность/затраты. Важно согласовывать рекламную информацию, данные не должны противоречить друг другу и тем более быть взаимоисключающими.

Примерами рекламы в региональном маркетинге являются рекламная кампания по привлечению туристов на курорты Краснодарского края со слоганом «Если есть на свете рай, то это Краснодарский край», выпуск сувениров с региональной символикой, реклама Большого театра после капитального ремонта и реконструкции и пр.

Конечной целью всех этих мероприятий является создание единого образа региона, вследствие однозначного формулирования концепции регионального маркетинга, коммуникации с целевыми группами и поведения, продуманного с ориентацией на них.

Важно, чтобы стратегии следовали в логическом порядке одна за другой: в первую очередь, в регионе должна быть создана качественная инфраструктура, отвечающая требованиям социально-экономического развития, после чего создаются, популяризируются и расширяются достопримечательности, проводятся мероприятия по воспитанию патриотизма и обеспечению дружелюбности среди населения, а уже после проводится распространение сложившегося в результате реализации предыдущих стратегий положительного регионального имиджа. Как уже было сказано выше, рекламные мероприятия проводятся на каждом этапе.

Занимаясь региональным маркетингом нельзя забывать и о морально-этической стороне вопроса: вся деятельность не должна быть сведена исключительно к получению выгоды от её осуществления, необходимо умеренно использовать природные ресурсы, принимать меры по охране окружающей среды, заботиться об интересах простых граждан – только в этом случае действительно можно будет говорить о социально-экономическом развитии региона.

© Д.Р. Балужева, 2013

А.С. Вайнер,
старший преподаватель кафедры Сервиса
и организации коммерческой деятельности,
Новосибирский государственный университет
экономики и управления – НИИХ,
г. Новосибирск, Российская Федерация
Н.А. Харламова,
специалист отдела кадров,
Новосибирский государственный университет
экономики и управления – НИИХ,
г. Новосибирск, Российская Федерация

ОСОБЕННОСТИ СЕГМЕНТИРОВАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ НА РЫНКЕ УСЛУГ

Любой рынок с точки зрения маркетинга состоит из множества покупателей, отличающихся друг от друга своими желаниями, потребностями и, главное, приобретают товары и услуги исходя из разных мотиваций.

Выпуск и реализация ограниченного количества видов и моделей товаров, рассчитанных лишь на некий усредненный уровень, без учета дифференциации потребностей может оказаться не лучшей стратегией использования потенциальных возможностей предприятия. В этой связи при планировании своего бизнеса необходимо рассматривать рынок как дифференцированную структуру в зависимости от групп потребителей и потребительских свойств товара.

Осуществление успешной коммерческой деятельности в рыночных условиях предполагает учет индивидуальных предпочтений различных категорий покупателей. Именно это и составляет основу сегментации рынка. С помощью сегментации из общего числа потенциальных потребителей выбираются определенные типы (рыночные сегменты), предъявляющие более или менее однородные требования к товару.

Одинаковых, типовых подходов к сегментации рынка не имеется. Каждое предприятие в зависимости от задач и направлений деятельности, особенностей товаров и т.п. разрабатывает, использует свои собственные признаки сегментации.

Для сегментации рынка потребительских товаров основными признаками являются: географические, демографические, социально-экономические, психографические, поведенческие.

Подобные признаки используются и при сегментации рынка услуг. Однако, в сфере услуг существует тенденция выделения относительно однородных сегментов по возрасту потребителей. В соответствии с данным

признаком, на рынке туристических услуг, например, различают три сегмента:

- молодежный туризм;
- туризм среднего возраста;
- туризм третьего возраста.

Молодежный туризм (до 30 лет) – это более дешевые путешествия с использованием менее комфортабельных средств размещения и транспорта, веселый вечерний отдых (бары, диско, лотереи, конкурсы и т.д.).

Для туризма среднего возраста (30-50 лет) – характерно преобладание семейного туризма. В связи с этим необходимо предусматривать возможность использования детских площадок для игр, детских бассейнов и др. Туристы этого возраста предъявляют повышенные требования к удобству и комфорту, содержательным экскурсионным программам, включающим ознакомление с объектами в соответствии с их профессиональными интересами.

Туризм третьего возраста (старше 50 лет) – требует не только комфорта, но и персонального внимания со стороны обслуживающего персонала, возможности получения квалифицированной медицинской помощи, наличия в ресторанах диетического питания, размещения в гостиницах, расположенных в таких местах. Особенностью этого сегмента является то, что не имеет ярко выраженной сезонности. Эти туристы стараются избегать периода пика туристического сезона (июль, август), поскольку он совпадает с самым жарким периодом года.

Также сегментация рынка туризма осуществляется и по уровню доходов потребителей туристических услуг. С одной стороны, туристский спрос расширяется за счет все большего вовлечения в туризм лиц со средним и даже относительно низким уровнем доходов. С другой стороны, спрос на туристские продукты продолжают предъявлять лица с высоким уровнем доходов. Поэтому предложение тур продукта для этих двух сегментов должно быть различным.

К числу наиболее распространенных относится сегментация туристского рынка по побудительным мотивам клиентов, которые обуславливают цели путешествий. Именно целью путешествия определяется вид туризма.

Осуществляя сегментацию, туристские фирмы выявляют группы клиентов, объединенные по тем или иным признакам. Каждому из рыночных сегментов должно соответствовать специфическое туристское предложение. Такой подход позволяет не только удовлетворить имеющийся спрос, но и формировать его. С целью выявления рыночных сегментов среди потребителей гостиничных услуг и наиболее эффективного удовлетворения их разнообразных потребностей было проведено исследование клиентов пансионата «Синеморье», расположенного в 140 км от Новосибирска.

В результате применения методов простой группировки и классификации были получены следующие данные: основными клиентами являются женщины (86,7%) и только 13,3% мужчин. Возраст потребителей санаторно-курортных услуг в основном составляет от 30 до 60 лет (70%) представлено на рис. 1.

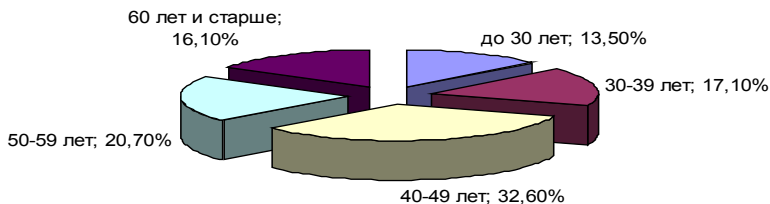


Рис. 1 - Возрастная характеристика потребителей санаторно-курортных услуг

Чаще всего клиенты приезжают из Новосибирска и окрестностей – 93,4%, остальные 6,6% – из других регионов (рис. 2).

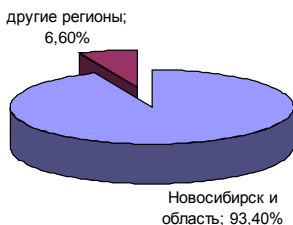


Рис. 2 - Место жительства потребителей санаторно-курортных услуг

По сфере занятости потребители пансионата «Синеморье» распределились следующим образом, представлено на рис. 3.

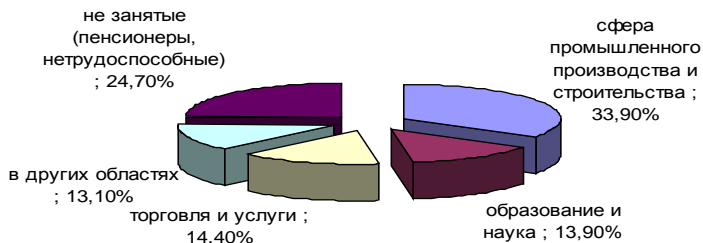


Рис. 3 - Характеристика потребителей по сфере занятости

Кроме того, были выявлены потребительские сегменты по уровню образования (рис.4):

- с высшим образованием – 52,5%;
- со средним и незаконченным высшим образованием – 33,7%;
- со средним профессиональным образованием – 13,8%.

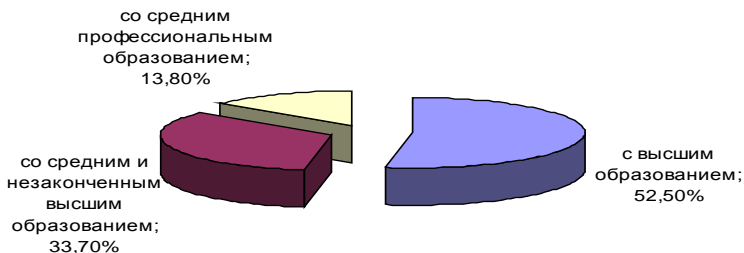


Рис. 4 - Уровень образования потребителей санаторно-курортных услуг

Тот факт, что в пансионате «Синеморье» проживают потребители санаторно-курортных услуг с различными потребностями, указывает на необходимость проведения дифференцированного маркетинга, тем более что при существующей невысокой загрузке есть возможность привлекать и новые, еще не освоенные сегменты гостей.

Образованные с помощью различных сегментационных переменных рыночные сегменты должны быть исследованы для выявления наиболее подходящих для них туристских предприятий.

Список использованной литературы:

1. Воронцова, М.Г. Современные технологии менеджмента в гостиничном бизнесе / М.Г. Воронцова //Туристские фирмы. – 2009. - №28. - С.11-18.
2. Зозулёв А.В. Сегментирование рынка: Уч. пособие. — Харьков: Студцентр, 2008. - 232 с.
3. Разумова С.В. Стратегический маркетинг: – Минск.: БГЭУ. 2008. – 375 с.

© А.С. Вайнер, Н.А. Харламова, 2013

И.Ю. Василевич,
доцент, кандидат экономических наук,
Экономический факультет,
Национальный минерально-сырьевого университет «Горный»,
г. Санкт-Петербург, Российская Федерация

КОНЦЕПЦИЯ ИНТЕГРАЛЬНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ОЦЕНКИ ПРИРОДНЫХ РЕСУРСОВ (НА ПРИМЕРЕ НП «КУРШСКАЯ КОСА»)

Россия располагает уникальным по своим размерам и многообразию природно-ресурсным потенциалом, который составляет бесценное национальное богатство и дает прочную основу для решения многих социально-экономических проблем и обеспечения экономической независимости страны. Однако используются данные ресурсы весьма неэффективно.

Отсутствие интегральной экономической оценки природных ресурсов стало одной из причин экстенсивного природопользования, которое способствует низкой эффективности производства и нерациональному использованию природных богатств [1, с. 48].

Автором предложена концепция интегральной экономической оценки природных ресурсов территории (Integrated economic assessment of complete natural system - IEA), разработана структурно – функциональная модель экономической оценки (Structurally functional model of an economic assessment – SFM EA) выделенной целостной природной системы, обладающей синергетическими свойствами (The allocated complete natural system - ACNS).

Системный анализ опирается на построение обобщенной синергетической модели, отображающей взаимосвязи реальной природной системы.

Методология оценки SFM EA, базируется на стандартных (утвержденных законодательством и существующих общепринятых) оценках и вычлениении из них тех подоценок или частичных (граней) оценки (на основе взаимосвязей в реальной природной системе), которые относятся или нет непосредственно к тому объекту, который оценивается. Данный путь сохраняет преемственность с используемыми методиками экономической оценки природных ресурсов. IEA ACNS включает следующие блоки (рисунок 1).

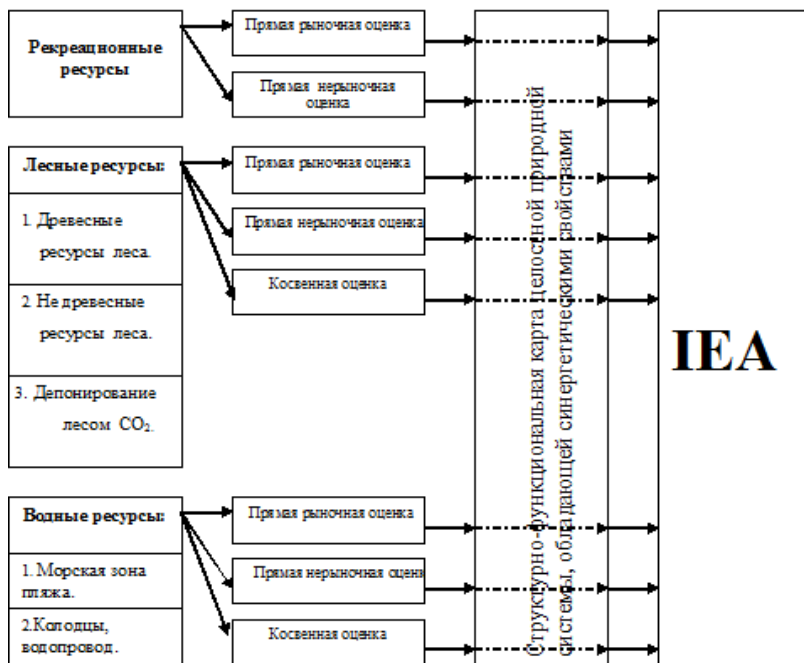


Рисунок 1 – IEA ACNS (на примере лесных земель НП «Куршская коса»)

Оценки каждого природного ресурса анализируются и оцениваются через SFM EA ACNS (рисунок 2). Система вопросов позволяет оценить наличие взаимосвязей между природными ресурсами данной выделенной природной подсистемы. Чем больше связей, тем больший уровень оценок будет учтен в оценке целостной природной системы. Если связей нет, достаточно провести минимальную предельную оценку доминанты ACNS.

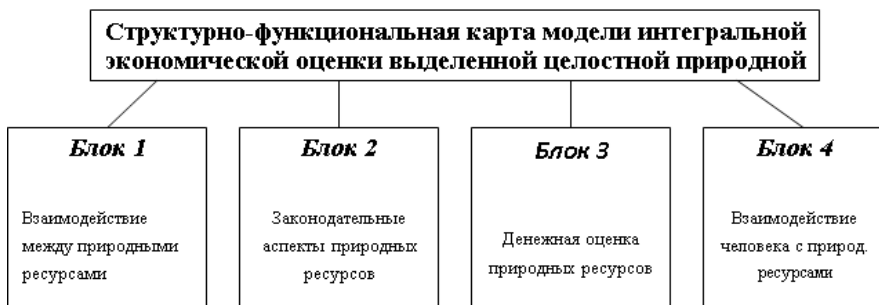


Рисунок 2 - SFM EA ACNS.

IEA ACNS, на основе SFM EA рассчитывается по следующей формуле:

$$IEA = EAD + \sum_{i=1}^m IIIVi * EPAi,$$

где: IEA – интегральная экономическая оценка целостной природной системы (Integrated economic assessment of complete natural system);

EAD – экономическая оценка доминанты целостной природной системы (Economic assessment of a dominant of complete natural system);

IIIVi – интегральный показатель включения i-ой ценности i-го природного ресурса в оценку целостной природной системы (Integrated indicator of inclusion of value of a natural resource in an assessment of complete natural system);

EPAi – экономическая частная оценка i-го природного ресурса целостной природной системы (Economic private assessment of a natural resource of complete natural system).

Необходимо отметить, что предложенная SFM EA является эволюционным развитием применения существующих методик оценки природных ресурсов. Достоинства SFM EA:

1. рассматривает природную систему, как живой единый организм, целостное жизненное пространство;
2. модель основана на выделении естественных связей и зависимостей внутри целостной природной системы;
3. использует сложившиеся традиционные методики оценки природных ресурсов.
4. структурирует новые грани оценки ACNS: взаимодействия между природными ресурсами, законодательного аспекта, денежной оценки, взаимодействия человека с природными ресурсами;
5. предложенный подход в принципе применим для любой ACNS, с любой степенью её эксплуатации.
6. позволяет сохранить преемственность эволюции экономических оценок во времени;
7. модель носит алгоритмический характер, легко формализуется, может быть преобразована в информационную компьютерную систему.

SFM EA ACNS является квазилинейной классификационно-экспертной моделью, так как совместно с традиционными линейными оценками природных ресурсов используется классификационно-экспертный блок, что и отличает SFM от линейной.

В Калининградском регионе была проведена IEA лесных земель национального парка (НП) «Куршская коса», она составила 16 479, 898 тыс. \$ США, с учетом нелегальной деятельности - 16 504, 076 тыс. \$ США [2, с. 122].

Таким образом, результаты проведенного исследования создают методологическую и методическую основу для перехода на современные

методы управления экономикой, связанные с комплексной оценкой состояния природно-ресурсного потенциала. Могут быть широко использованы при принятии управленческих решений в сфере природоохранной деятельности и разработке экономических инструментов регулирования природопользования в условиях рыночной экономики.

Список использованной литературы:

1. Василевич И.Ю., Ходжаев Р.Ш. Денежная оценка лесных ресурсов при многоцелевом использовании (на примере НП «Куршская коса»)/ Региональная экономика: теория и практика. М.: Финансы и кредит. 2009. №10.

2. Василевич И.Ю., Ходжаев Р.Ш. Оценка лесных земель (финансово-экономический аспект): монография. - Калининград: БИЭФ. 2009.- 151 с.

© И.Ю. Василевич, 2013

УДК: 332.122 (470.26)

И.Ю. Василевич,

доцент, кандидат экономических наук,

Экономический факультет,

Национальный минерально-сырьевого университет «Горный»,

г. Санкт-Петербург, Российская Федерация

ДЕНЕЖНАЯ ОЦЕНКА ЛЕСНЫХ РЕСУРСОВ ПРИ МНОГОЦЕЛЕВОМ ИСПОЛЬЗОВАНИИ

Необходимость оценки лесных ресурсов обуславливается следующими обстоятельствами:

- необходимостью точного учета реальных затрат и выгод по проектам, предназначенным к реализации, важностью учета всех экологических последствий каждого проекта, что способствует реализации мероприятий, благоприятствующих устойчивому развитию общества;
- необходимостью коррекции национальных счетов государства;
- необходимостью осуществлять адекватное ценовое регулирование природопользования, направленное на стимулирование рационального использования лесных ресурсов посредством установления ставок налогообложения, отражающих их реальную стоимость.

Реализация системы отношений по вопросу о лесных землях предполагает необходимость учета потенциала лесных земель. В связи с этим возникает ряд задач:

- натуральная оценка состояния лесных земель;
- экономическая оценка лесных земель;
- анализ экономических показателей, характеризующих взаимоотношения природы и общества по поводу использования потенциала лесных земель [1, с. 50].

В основе натуральной оценки состояния лесных земель лежит составление кадастра. При этом определяются основные задачи в области воспроизводства природных ресурсов. Результаты работы являются основой для экономической оценки лесных земель.

Задача экономической оценки лесных земель заключается в определении их ценности в денежном выражении. Экономическая оценка используется для определения макро- и микроэкономической стратегии эксплуатации и воспроизводства лесных земель, определения экономических показателей, характеризующих процесс взаимодействия природы и общества.

В ходе исследования была выполнена экономическая оценка леса национального парка «Куршская коса» при многоцелевом использовании в следующих направлениях:

- использование древесины (прямое потребление);
- потребление недревесных ресурсов (прямое потребление);
- поглощение CO₂ (косвенная оценка).

В работе использовались данные, полученные в ходе опросов.

Промышленных лесозаготовок на Куршской косе нет. Поэтому оценивалась древесина при потреблении ее домашними хозяйствами по двум основным направлениям:

- легальная коммерция;
- нелегальная коммерция.

В работе использовались данные, полученные в ходе опросов.

Коммерческая стоимость древесины оценивалась в точке конечного использования, из этого значения вычитались издержки на заготовку и обработку леса (рубка деревьев, их вывоз и т.д.). Полученный результат составил стоимость древесины.

В соответствии с природоохранным режимом, на территории национального парка «Куршская коса» вырубка леса запрещена и предусмотрены только:

- санитарные рубки ухода;
- прореживание;
- мероприятия по рубке молодняка;
- реконструкционные рубки.

Древесина, получаемая в результате проведения этих мероприятий, представлена в основном дровами, а также деловой древесиной.

Результаты оценки лесов Куршской косы при многоцелевом использовании (комплекс экосистемных услуг) приведены в таблице 1.

Таблица 1

Результаты экономической оценки экосистемных услуг, предоставляемых лесами Куршской косы при многоцелевом использовании

Вид использования	Значение оценки, тыс. руб./год (тыс. долл. США)
1. Прямое использование, всего	1426 – 2103 (51 – 75)
в том числе: древесина	1425 – 2102* (51 – 75)
недревесные ресурсы	1,3 (0,04)
2. Косвенная стоимость (по поглощению CO ₂)	205 700 (7346)
Итого	207126 – 207803* (7397 – 7422)

* двойное значение получено в результате учета нелегальной коммерции.

Проведенная денежная оценка показала, что лес обладает большей ценностью не как сырьевой ресурс, а как объект рекреационного использования. Прямая стоимость полной вырубki определена на уровне 19056 тыс. руб. за 100 лет, в случае оценки по рекреационному использованию — 222 632,3 тыс. руб. за 100 лет [2, с. 73].

Для поддержания НП «Куршская коса» и лесных ресурсов Куршской косы можно использовать готовность людей платить как в денежной, так и в не денежной форме, которая показывает пути создания реального механизма организации работ по содержанию и сохранению Куршской косы:

- формирование фонда сохранения национального парка;
- введение специального целевого сбора, размер которого может быть определен на основании готовности людей платить;
- организация добровольного труда жителей Куршской косы и Калининградской области по поддержанию лесов парка;
- организация постоянной пропагандистской кампании по разъяснению важности и значимости НП «Куршская коса» для жителей Куршской косы, Калининградской области, России, Земли;
- освещение результатов работы по сохранению и развитию территории НП «Куршская коса».

Несомненно, создание современной инфраструктуры, проведение природоохранных и санитарных мероприятий в лесах, повышение культуры поведения туристов, рыбаков, охотников и ответственность за природу своего края — все это повысит эффективность рекреационного использования лесов Куршской косы и значительно увеличит их доходность для бюджета области.

Список использованной литературы:

1. Василевич И.Ю., Ходжаев Р.Ш. Денежная оценка лесных ресурсов при многоцелевом использовании (на примере НП «Куршская коса»)/ Региональная экономика: теория и практика. М.: Финансы и кредит. 2009. №10.

2. Василевич И.Ю., Ходжаев Р.Ш. Оценка лесных земель (финансово-экономический аспект): монография. - Калининград: БИЭФ. 2009.- 151 с.

© И.Ю. Василевич, 2013

УДК 336.76

В.Е. Власов,

аспирант Уральского федерального университета
имени первого Президента России Б.Н. Ельцина

ИНТЕРВАЛЬНЫЙ И ПРОСТОЙ ПРОЦЕНТНЫЙ СВОПЫ КАК ИНСТРУМЕНТЫ ДОСТУПА К АРБИТРАЖНЫМ ВОЗМОЖНОСТЯМ РЫНКА КАПИТАЛА

В данной статье рассматривается несколько элементов широкого класса инструментов рынка деривативов, объединенных общим названием - процентные свопы (*Interest Rate Swaps*). В общем виде приводятся условия, при которых сделка простого процентного свопа выгодна всем сторонам, участвующим в ней. Сравняются расходы на эмиссию компанией задолженности с применением сделок интервального и простого процентных свопов в заданной рыночной ситуации. Решается задача определения границ диапазона интервального свопа, обеспечивающих предпочтительность его использования по сравнению с простым процентным свопом для целей минимизации расходов на эмиссию задолженности.

Ключевые слова: простой процентный своп, интервальный своп.

Введение

Хозяйствующие субъекты, далее – компании, имеют возможность привлекать финансовые ресурсы на рынке капитала как по фиксированным (например, под 10% годовых), так и по плавающим ставкам (например, LIBOR+2,34%). Потоки поступлений компаний могут быть как плавающими, так и фиксированными. Например, длинная позиция по облигации с фиксированным купоном является источником фиксированного потока поступлений, с плавающим купоном – плавающего. Еще одним

примером плавающего потока поступлений является выручка компании от продажи товаров, цены на которые определяются на сырьевых рынках (медь, золото, и т.п.). При этом, компании, имеющей фиксированный денежный поток, может быть более выгодным привлечь финансирование на рынке плавающих ставок и наоборот. Производный финансовый инструмент, позволяющий компании привлечь финансирование на наиболее выгодных для нее условиях и при этом минимизировать процентный риск от несоответствия типов поступлений и расходов называется процентным свопом.

Целью настоящей статьи является разработка подхода к оценке наиболее выгодного варианта эмиссии компанией задолженности с применением инструментов своп. В статье будут приведены понятия простого и интервального процентного свопов и разработан подход к определению наилучшего варианта эмиссии задолженности на основе вероятностного подхода.

1. Применение процентного свопа при эмиссии задолженности

Существует множество разновидностей процентных свопов. В данной статье рассматриваются следующие: простой процентный своп и интервальный своп.

Простой процентный своп (*Plain Vanilla Swap - PVS*) - производный финансовый инструмент в форме соглашения между двумя сторонами об обмене процентными платежами на определенную, заранее оговоренную условную сумму (наиболее часто, плавающей ставки на фиксированную).

Предположим, компаниям А и В предлагаются следующие условия по привлечению одинаковых сумм на рынке капитала (таблица 1) [1].

Таблица 1

Ставки на рынке капитала, предлагаемые компаниям А и В

Компания	Фиксированная ставка	Плавающая ставка
Компания А	r_{Φ}^A	$LIBOR + r_{\Pi}^A$
Компания В	r_{Φ}^B	$LIBOR + r_{\Pi}^B$

Где r_{Φ}^A - процентная ставка, под которую компания А может привлечь финансирование на рынке фиксированных ставок, r_{Φ}^B - фиксированная ставка, доступная компании В, $LIBOR + r_{\Pi}^A$, $LIBOR + r_{\Pi}^B$ - плавающие ставки доступные соответственно компаниям А и В.

Будем считать, что соблюдены следующие условия из [1]. Первое условие (1):

$$r_{\Phi}^A < r_{\Phi}^B; \quad r_{\Pi}^A < r_{\Pi}^B \quad (1)$$

Компания A может привлечь под более низкие ставки на обоих рынках (у компании A абсолютное преимущество по привлечению средств). Данная ситуация связана с тем, что рынок оценивает кредитный риск компании A как более низкий по сравнению с компанией B , поэтому кредиторы требуют меньшую премию за риск при предоставлении средств компании A .

Второе условие (2):

$$r_{\Phi}^B - r_{\Phi}^A > r_{\Pi}^B - r_{\Pi}^A \quad (2)$$

Условие (2) означает, что по сравнению со ставками компании A , для компании B является более выгодным привлечение средств на рынке с плавающими ставками, чем на рынке с фиксированными ставками. Аналогично, компания A по данному условию обладает относительным преимуществом на рынке с фиксированными ставками по сравнению с рынком плавающих ставок.

Из условия (2) следует возможность арбитража, то есть возможность каждой из компаний привлечь средства на том рынке, где у них есть относительные преимущества и, при помощи инструмента своп взаимно обменявшись потоками процентных платежей, поменять тип процентной ставки по результирующему денежному потоку, причем его стоимость будет ниже, чем стоимость средств для компаний при привлечению напрямую по ставкам на альтернативных рынках. Пусть выгоды компаний A и B равны соответственно δ_1 , δ_2 , а маржа посредника ρ . Выгоды компаний и посредника будут ограничиваться следующей величиной (3):

$$\delta_1 + \delta_2 + \rho = (r_{\Phi}^B - r_{\Phi}^A) - (r_{\Pi}^B - r_{\Pi}^A) \quad (3)$$

Сделка своп с посредником может быть организована следующим образом (рисунок 1).

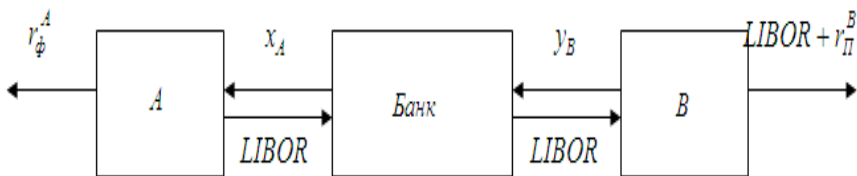


Рис 1. Сделка простого процентного свопа с посредником

Где x_A - фиксированная ставка, уплачиваемая банком компании A по свопу, y_B - фиксированная ставка, уплачиваемая компанией B в пользу банка.

В соответствии со схемой сделки своп, изображенной на рисунке 1, компании занимают средства на тех рынках, на которых они обладают относительным преимуществом, согласно условию (2), при этом, компания B имеет поступления по фиксированной ставке и желает снизить для себя процентный риск, связанный с возможным изменением плавающей ставки по привлеченным средствам. Банк заключает сделку своп, по которой возмещает часть плавающей ставки ($LIBOR$) компании B и получает от нее фиксированную ставку. Для того, чтоб данная сделка была выгодна Банку, он заключает офсетный своп с компанией A . Рассмотрим потоки платежей при данной организации финансирования (одновременное привлечение кредита и заключение сделки своп) компаний A и B .

Компания A : $r_{\Phi}^A + LIBOR - x_A$ – данная плавающая ставка должна быть меньше $LIBOR + r_{\Pi}^A$, чтоб своп был выгоден компании A .

Компания B : $LIBOR + r_{\Pi}^B - LIBOR + y_B$ – данная фиксированная ставка должна быть меньше r_{Φ}^B .

Таким образом, получаем условие (4), при котором сделка своп выгодна всем сторонам, участвующим в ней:

$$\begin{cases} r_{\Phi}^A + LIBOR - x_A = LIBOR + r_{\Pi}^A - \delta_A \\ LIBOR + r_{\Pi}^B - LIBOR + y_B = r_{\Phi}^B - \delta_B \\ \delta_A + \delta_B + \rho = (r_{\Phi}^B - r_{\Phi}^A) - (r_{\Pi}^B - r_{\Pi}^A) \end{cases} \quad (4)$$

Далее рассмотрим еще одну разновидность процентного свопа - интервальный своп (*range accrual swap - RAS*). Интервальный своп - финансовый инструмент подразумевающий замену потока платежей по плавающей ставке на поток платежей по фиксированной ставке в размере, ниже, чем ставка по *Plain Vanilla Swap*, в случае нахождения плавающей ставки (*floating reference rate*) в определенном диапазоне. Компания, уплачивающая фиксированную ставку, получает возмещение за n дней (в течение которых плавающая ставка находилась в заданном диапазоне) из N дней (количество дней в рассматриваемом периоде) по плавающей ставке, зафиксированной на начало периода.

Заключив сделку интервального свопа, компания может снизить свои расходы по сравнению с расходами по сделке простого процентного свопа в случае, если оправдаются ее ожидания относительно динамики плавающих ставок, отраженные в соотношении фиксированной ставки, уплачиваемой по интервальному свопу, с диапазоном по нему. Продемонстрируем данную ситуацию на примере.

Пример 1. Компания *A* имеет кредит размером 10 млн. EUR на 3 месяца под 3М **EURIBOR + τ_{Π}** (τ_{Π} - спрэд, который равен 2% в данном примере). Банк предлагает компании заключить одну из следующих сделок:

1. Простой процентный своп, по которому Банк возмещает компании 3М EURIBOR, рассчитанный на начало каждого месяца на условную сумму 10 млн. EUR в течение трех месяцев. Компания уплачивает Банку фиксированную ставку 4,8% на эту же сумму.

2. Интервальный своп, по которому Банк возмещает компании 3М EURIBOR, рассчитанный на начало каждого месяца на условную сумму 10 млн. EUR в течение трех месяцев, за те дни, когда ставка 3М EURIBOR находилась в диапазоне от 3,5% до 5,5%. Компания уплачивает Банку фиксированную ставку **$x_{\Phi} = 4,2\%$** на эту же сумму.

Пусть по истечении 3 месяцев оказалось, что 3М EURIBOR находилась в диапазоне от 3,5% до 5,5% в течение 27 из 30 дней каждый месяц, а на начало каждого месяца составляла: 4,7%, 5,0%, 3,9% соответственно. Сравним расходы по процентным платежам по кредиту с учетом заключения одной из предлагаемых сделок.

Расходы компании по кредиту с учетом заключения сделки простого процентного свопа составят:

$$\begin{aligned} & (3M \text{ EURIBOR} + 2\% + 4,8\% - 3M \text{ EURIBOR}) / 4 * \text{EUR } 10\,000\,000 \\ & = 0.017 * \text{EUR } 10\,000\,000 \\ & = \text{EUR } 170\,000 \end{aligned}$$

Расходы компании по кредиту с учетом заключения сделки интервального свопа составят:

Первый месяц:

$$\begin{aligned} & \frac{3M \text{ EURIBOR}_1 + 2\% + 4.2\% - 3M \text{ EURIBOR}_1 * (27/30)}{12} * \text{EUR } 10\,000\,000 \\ & = \frac{4.7\% + 2\% + 4.2\% - 4.7\% * (27/30)}{12} * \text{EUR } 10\,000\,000 \\ & = \text{EUR } 55\,583 \end{aligned}$$

Во втором и третьем месяцах расходы компании по кредиту с учетом заключения сделки интервального свопа составят соответственно: *EUR 55 833*, *EUR 54 917*.

Таким образом, общие расходы за три месяца составят *EUR 166 333*, что ниже аналогичного показателя по кредиту с учетом заключения сделки простого процентного свопа на *EUR 3 667*.

2. Определение оптимального вида свопа при эмиссии задолженности

Вывод относительно преимущества сделки интервального свопа по сравнению со сделкой простого свопа (при заданных условиях сделок) в Примере 1 был сделан с учетом реализации конкретного сценария по поведению плавающих процентных ставок.

Покажем, как на этапе принятия решения оценить и сравнить эффективность заключения сделок интервального и простого свопов с заданными условиями на фиксированные платежи. Пусть условия привлечения средств компанией и условия на фиксированные платежи по сделкам простого и интервального свопа аналогичны условиям из примера 1. Пусть так же имеются данные по динамике плавающей процентной ставки за 260 дней, полученные из [3] (рисунок 2).

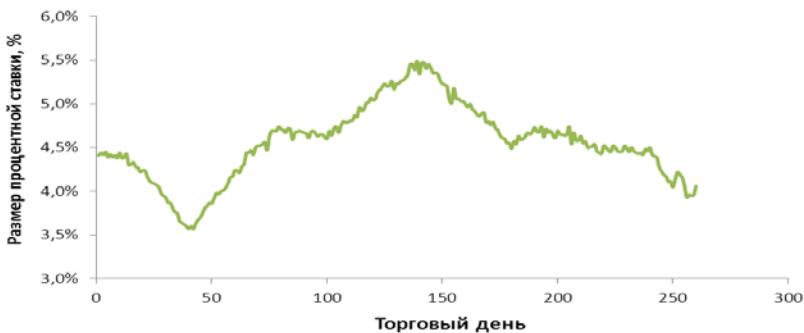


Рис 2. Динамика плавающей процентной ставки (3M EURIBOR) за 260 дней

Пусть дана одна из границ диапазона плавающих ставок (для простоты предположим, что верхняя граница диапазона равна 5,5%, хотя данный способ обобщается на случай, когда неизвестны обе границы диапазона). Задача заключается в нахождении нижней границы диапазона, которая бы обеспечивала более низкие расходы на эмиссию задолженности.

Расходы на эмиссию задолженности в сумме 10 млн. евро на указанный срок (3 месяца) с учетом заключения сделки простого процентного свопа (далее – «кредит + PVS») составят 170 000 евро. Это значение фиксировано, поскольку плавающая ставка полностью исключается из расчетов, так как уплачиваемая по кредиту ставка в части *EURIBOR* возмещается компании Банком.

Для оценки расходов на эмиссию задолженности с учетом заключения сделки интервального свопа необходимо спрогнозировать значение плавающей процентной ставки на начало каждого периода. Рассуждения относительно выбора метода прогнозирования остаются за

рамками данной статьи. Заинтересованного читателя отсылаем к [2]. Спрогнозированные значения 3M EURIBOR на начало первого, второго и третьего месяцев соответственно равны: 4,7%, 5,0%, 3,9%. Примем предположение, что количество N (торговых) дней в месяце для каждого из трех рассматриваемых месяцев одинаково и равно 22 дням. Рассчитаем количество дней (для простоты, одинаковое для каждого месяца), в которые ставка будет находиться в заданном интервале, необходимое для того, чтоб затраты на эмиссию задолженности с заключением сделки интервального свопа (далее – «кредит + RAS») были меньше затрат на кредит + PVS из следующего условия (5):

$$\frac{10}{12} * \left(\sum_{i=1}^3 3M \text{ EURIBOR}_i^{\Pi} + 3 * (r_{\Pi} + x_{\Phi}) \right) - \frac{10}{12} * \frac{n}{N} * \left(\sum_{i=1}^3 3M \text{ EURIBOR}_i^{\Pi} \right) < 0,17 \quad (5)$$

Отсюда искомое количество дней n равно (квадратные скобки означают целую часть выражения) (6):

$$n = \left\lfloor \frac{N * \frac{12}{10} * \left(\frac{10}{12} * \left(\sum_{i=1}^3 3M \text{ EURIBOR}_i^{\Pi} + 3 * (r_{\Pi} + x_{\Phi}) \right) - 0,17 \right)}{\left(\sum_{i=1}^3 3M \text{ EURIBOR}_i^{\Pi} \right)} \right\rfloor + 1 \quad (6)$$

Подставив необходимые данные из условия задачи в (6), получим значение n равное 20 дням.

Пусть $\xi_i \in R^+$, $i = 1, 2, \dots, 22$ – независимые одинаково распределенные случайные величины, равные значениям плавающей ставки на i -ый торговый день месяца (пусть рассматриваемые три месяца идентичны между собой). Рассмотрим независимые одинаково распределенные бернуллиевые случайные величины Z_i , выраженные характеристическими функциями (7):

$$Z_i = 1_{[x\%;5.5\%]}(\xi_i) = \begin{cases} 1, & \text{если } \xi_i \in [x\%;5.5\%] \\ 0, & \text{если } \xi_i \notin [x\%;5.5\%] \end{cases} \quad (7)$$

Тогда $p_i = P(Z_i = 1) = P(\xi_i \in [x\%, 5.5\%]) = p$ – вероятность нахождения плавающей ставки в заданном интервале $[x\%; 5.5\%]$. При этом вероятность попадания в интервал (8):

$$P(\xi_i \in [x\%; 5.5\%]) = F(5.5\%) - F(x\%) \quad (8)$$

где

F – функция распределения ξ_i .

Распределение ξ_i можно оценить, например, методом моментов.

Данные по плавающей ставке за 260 дней согласуются по критерию хи-квадрат с нормальным распределением. Оценки математического ожидания и среднеквадратического отклонения, полученные по имеющимся данным, равны соответственно $\mu=4,5588\%$ и $\rho=0,004321$.

Рассмотрим случайную величину Y , равную сумме бернуллиевых случайных величин, выражающую количество торговых дней (из $N = 22$), в течение которых плавающая ставка находится в заданном интервале. Случайная величина, равная сумме бернуллиевых случайных величин, имеет биномиальное распределение (9):

$$Y = \sum_{i=1}^{22} Z_i \quad Y \sim Bin(N, p) \quad (9)$$

Задача заключается в определении X – нижней границы диапазона, при которой с вероятностью α , схема «кредит+RAS» будет выгоднее «кредит+IRS», для этого необходимо и достаточно, чтоб вероятность того, что $n \geq 20$ была больше требуемой вероятности α , таким образом, имеем следующую зависимость требуемого доверительной вероятности α и распределения случайной величины Y (10):

$$\alpha = P(n \geq 20) = P(Y = 20) + P(Y = 21) + P(Y = 22) = \sum_{i=20}^{22} P(Y = i) \quad (10)$$

Вероятность того, что случайная величина Y , имеющая распределение $Bin(N, p)$, примет значение k равна (11):

$$P(Y = k) = \binom{N}{k} p^k q^{N-k} = \frac{N!}{(N-k)!k!} p^k (1-p)^{N-k} \quad (11)$$

С помощью метода Ньютона, реализованного в пакете MS Excel, были получены значения нижней границы интервала, обеспечивающей с

заданной доверительной вероятностью α большую эффективность эмиссии задолженности с заключением RAS по сравнению с IRS. Результаты приведены в таблице 2.

Таблица 2

Значения нижней границы диапазона интервального свопа, которые с вероятностью α обеспечивают большую эффективность эмиссии задолженности с заключением RAS по сравнению с IRS

α	Нижняя граница диапазона
95%	3,70%
97%	3,64%
99%	3,46%

Таким образом, при данных предпосылках модели:

- случайные величины значений плавающих процентных ставок в каждый торговый день месяца являются независимыми нормально распределенными случайными величинами с параметрами, оцененными по выборке предыдущих значений плавающей ставки за 260 дней;

- выбранном методе прогнозирования плавающей процентной ставки

с вероятностью, например, 95% (Таблица 2) схема эмиссии задолженности с заключением сделки RAS будет выгоднее по сравнению с IRS при значении нижней границы диапазона плавающих ставок не выше 3,7%.

Заключение

В заключение необходимо подчеркнуть, что сделки процентных свопов чрезвычайно востребованы на американских торговых площадках (Chicago Mercantile Exchange Holdings, Chicago Board Options Exchange и т.д.) и в основном заключаются на специфических условиях, разработанных под потребности конкретного клиента на внебиржевых рынках. По состоянию на июль 2011 года суммарный объем номинальных сумм по процентным свопам (на внебиржевом рынке) составил 441 трлн. долл., что в десятки раз превышает мировой ВВП.

Для российского рынка инструмент своп является «экзотическим» финансовым продуктом, только начинающим набирать популярность среди крупнейших банков (например, Сбербанк), которые стараются диверсифицировать свою продуктовую линейку, предлагать клиентам гибкие условия привлечения средств по выгодным процентным ставкам, снижают стоимость фондирования своих кредитов.

Перспективными направлениями исследования в этой области являются вопросы определения стоимости различных свопов (CDS, валютные, процентные свопы), способов минимизации и возможности оперативного регулирования рисков, возникающих для контрагентов сделок своп.

Список использованной литературы:

1. Лобанов А., Чугунов А. Энциклопедия финансового риск-менеджмента. – М: Альпина Паблшер, 2003. – 786 с.
2. Hamilton J. Time series analysis. Princeton University Press. 1993.
3. Данные сайта www.euribor-rates.eu.

© В.Е. Власов, 2013

УДК 332

С.В. Володин,

доцент,

Московский авиационный институт,

г. Москва, Российская Федерация

ЦЕЛЕВЫЕ ФУНКЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ И ЦЕЛЕПОЛАГАНИЕ В ПРОЕКТАХ

Целевая функция представляет собой формализованное описание взаимосвязи между целями и средствами их достижения. Вид целевой функции зависит от целей и средств, которые, в свою очередь определяются в рамках различных экономических теорий и моделей.

Целевая функция должна удовлетворять известным принципам SMART (аббревиатура от слов Specific, Measurable, Agreed, Realistic, Time-related): конкретность и напряженность, измеримость, согласованность и достижимость, реалистичность и уместность, соотнесенность со временем.

Вид целевых функций фирмы (предприятия) является предметом рассмотрения в научной и учебной литературе [1, 2]. В данном случае целевая функция рассматривается также применительно к проектам.

Процесс целеполагания и формулирование целевой функции

В процессе хозяйственной деятельности предприятия, а также инициации нового проекта одним из ключевых факторов успеха является обоснованный выбор целей и технологий их достижения.

После осуществления постановки целей выбираются ключевые индикаторы и средства их достижения с проверкой по принципам SMART, определяется целевая функция (рис. 1). При необходимости цели уточняются или пересматриваются.

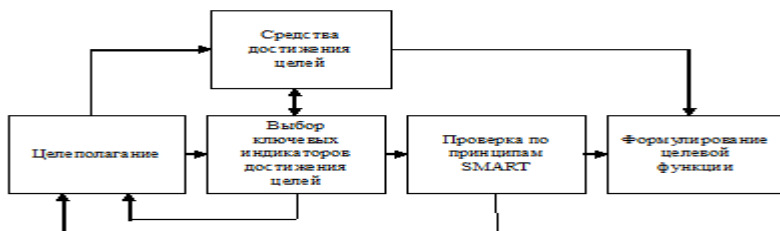


Рис. 1. Последовательность процедур формулирования целевой функции

Обладая сформулированными целевыми функциями, можно более обоснованно продвигаться к достижению целей организации или конкретного проекта. Ниже представлены основные подходы к формулированию целевых функций в зависимости от поставленных целей.

Максимизация прибыли (неоклассическая модель)

Основной целью фирмы в экономической теории признается максимизация прибыли $\pi(Q)$, которая достигается при объеме продаж Q , соответствующему наибольшей разности между совокупной выручкой $TR(Q)$ и совокупными издержками $TC(Q)$ или эквивалентным условием равенства предельной выручки $MR(Q)$ и предельных издержек $MC(Q)$.

$$\left\{ \begin{array}{l} \pi(Q) = TR(Q) - \\ TC(Q) \\ MR(Q) = MC(Q). \end{array} \right. \quad (1)$$

В зависимости от выбранного интервала времени прибыль может максимизироваться в краткосрочном или долгосрочном периоде. На практике подобную оптимизацию из-за различных трудностей (невозможности в условиях турбулентного внешнего окружения точного прогноза спроса и влияния макроэкономических показателей на издержки) чаще всего ограничивают краткосрочным периодом.

Минимизация убытков (в краткосрочном периоде)

На рынке совершенной конкуренции одной из типичных ситуаций является временное снижение рыночных цен до уровня, покрывающего средние постоянные издержки $ATC(Q)$ и частично – средние переменные $AVC(Q)$. В этом случае полное прекращение деятельности приводит к еще большим убыткам, чем ее продолжение. Целевая функция (1) остается прежней, но, учитывая, что фирма является получателем цен, можно записать $P=D=AR=MR=const$ и $MR=MC(Q)$, где P – сложившаяся на рынке цена, D – рыночный спрос, AR – средняя выручка (на единицу проданной продукции).

Оптимизация транзакционных издержек (неоинституциональная модель)

Институциональная модель экономики акцентирует внимание не на максимизации прибыли, а на соблюдении требований общественных институтов, какими бы они ни являлись в своем отношении к экономике.

Получившая в дальнейшем развитие неоинституциональная модель сосредоточилась на оптимизации транзакционных издержек [3, 4]. Целевая функция при оптимизации транзакционных издержек сохраняет вид (1), однако совокупные издержки $TC(Q)$ теперь включают себя и транзакционную составляющую. Говорить о простой минимизации транзакционных издержек некорректно, т.к. этот вид затрат необходим для заключения и сопровождения контрактов и его полное исключение приведет к потере качества управления.

Оптимизация транзакционных издержек является одной из важнейших задач управления стоимостью любого проекта.

Целеполагание в результате переговоров коалиций (бихевиористская модель)

Бихевиористская модель основана на поведенческих аспектах внутренней среды фирмы [5], включая координацию деятельности ее подразделений, представляющих собой коалиции с противоположными интересами. Целевая функция не поддается глобальной оптимизации, т.к. в процессе переговоров может постоянно изменяться. В работе [1] эта функция представлена в виде, соответствующем моменту времени t :

$$\left\{ \begin{array}{l} a_{it} = (x_{it}, p_{it}) \\ A_t = \{a_{it}\} \\ X_t = C[a_t, e_t, k_t], \end{array} \right. \quad (2)$$

где a_{it} – положение i -й коалиции, определяемое ее набором целей x_{it} и уровнем власти p_{it} ;

A_t – множество положений коалиций;

X_t – конкретный набор целей фирмы в целом;

$C[a_t, e_t, k_t]$ – оператор целеполагания;

e_t – фактор внешнего окружения;

k_t – фактор организационных знаний.

Оптимизация решений по типу (2) производится только на локальном уровне с учетом позиций ключевых заинтересованных сторон переговоров.

С точки зрения возможности применения данной модели для анализа на уровне отдельно взятого проекта следует признать относительно малую ценность данной модели, т.к. одним из важнейших свойств проекта является направленность на достижение заранее зафиксированного результата. Любое изменение в проекте, тем более такой категории, как его цели, является неординарным событием, которое требует одобрения на всех уровнях и фиксации в соответствующих документах. Однако в фазе инициации проекта значение бихевиористской модели может быть весьма велико.

Неограниченная максимизация объема продаж (модель управленческой выгоды)

При использовании в качестве цели максимизация объема продаж предполагается, что интересы собственников бизнеса и наемных менеджеров не совпадают. Владельцы компании стремятся в первую очередь к максимальной стоимости и/или текущей прибыли, а управляющие – в максимизации личного благосостояния.

Целевая функция максимизации выручки может быть выражена в виде условия достижения единичной эластичности спроса по цене ε_D :

$$\left\{ \begin{array}{l} TR(Q) = P(Q) \cdot Q \\ \varepsilon_D = (\Delta Q/Q) / [\Delta P(Q)/P(Q)] \end{array} \right. = 1, \quad (3)$$

где $P(Q) = D(Q)$ – цена спроса;
 $(\Delta Q/Q)$ – относительное изменение объема продаж;
 $[\Delta P(Q)/P(Q)]$ – относительное изменение цены спроса.

В частном случае, когда $P = D = const$ (фирма является получателем цен, сложившихся на совершенно-конкурентном рынке), равновесный объем продаж определяется как минимальный в ряду следующих условий:

- доля рынка, обусловленная сложившимся кругом потребителей;
- производственными мощностями с учетом имеющихся ресурсов;
- политическими соображениями.

Модель управленческой выгоды имеет критиков, утверждающих, что менеджеры в большей степени, чем это принято считать, ориентированы на прибыль. Это связано с внедрением систем их мотивации, которые связаны с ценными вознаграждениями, премиями, опционами акций и долями в прибыли [2].

Максимизация объема продаж, ограниченная минимально допустимым для собственника уровнем прибыли (модель управленческой благоразумности)

В соответствии с этой моделью менеджеры преследуют свои интересы при условии обеспечения приемлемого уровня прибыли для собственника. Эта модель реалистична в том смысле, что собственники

часто предоставляют достаточно большую степень свободы управляющим при условии достижения ими некоторых показателей эффективности деятельности. Разница между полученной и заданной прибылью, которая влияет на благосостояние менеджеров, дополняется различными управленческими привилегиями, бонусами, социальными пакетами.

Целевая функция в данном случае имеет вид, до некоторой степени аналогичный условиям (1) и (3):

$$\left\{ \begin{array}{l} \pi(Q) = TR(Q) - TC(Q) = const \\ TR(Q) = P(Q) \cdot Q, \end{array} \right. \quad (4)$$

но в отличие от упомянутых целевых функций в выражении (4) фиксируется уровень прибыли собственника $\pi(Q) = const$, а остальные параметры бизнеса являются свободными.

Так же, как и в предыдущей модели, ее основным недостатком является недостаточный учет того фактора, что менеджеры, как и владельцы бизнеса, в значительной степени, ориентированы на прибыль.

Максимизация производства (товаров, услуг, работ) в рамках выделенного бюджета

Нередко встречается утверждение о том, что бюджетные организации не могут иметь целевых функций и показателей эффективности. Очевидно, что это суждение является некорректным, поскольку и здесь можно записать и обосновать целевую функцию и сформулировать задачу оптимизации.

Целевая функция для бюджетной организации может быть представлена в виде системы уравнений:

$$\left\{ \begin{array}{l} Q(C) = max \\ C = const, \end{array} \right. \quad (5)$$

где $Q(C)$ – уровень производства, возможный в рамках выделенного бюджета;

$C = const$ – выделенный бюджет фиксированной величины.

Целевая функция вида (5) является актуальной для такой зафиксированной в Бюджетном кодексе Российской Федерации (ст. 61 БК РФ) организационно-правовой формы, как бюджетные учреждения (БУ). В отличие от деятельности БУ в управлении проектами постановка задачи максимизации производства в рамках бюджета обычно не применяется, т.к. процесс бюджетирования ориентируется на достижение достаточно конкретного результата в отношении количества и качества продукции.

Максимизация темпов роста

На развивающихся рынках в фазе внедрения и роста среднеотраслевая норма прибыли не является установившейся величиной и не может служить ориентиром для оптимизации управленческих решений. Более уместным показателем могут быть темпы роста выручки или выпуска продукции.

Существенным условием является требование того, чтобы темпы роста объема выручки (продукции) соответствовали по величине или превышали аналогичные значения в масштабах всего рынка. Соответствующая целевая функция может быть представлена как система уравнений:

$$\left\{ \begin{array}{l} TR_{i+1}(t)/TR_i(t) = \max \\ TR_{i+1}(t)/TR_i(t) \geq V_{i+1}/V_i, \end{array} \right. \quad (6)$$

где $TR_{i+1}(t)/TR_i(t)$ – относительный прирост объема выручки фирмы в текущий период времени ($i+1$) по отношению к предыдущему периоду i ;

V_{i+1}/V_i – относительный прирост общей емкости рынка в этот же период.

Аналогом модели максимизации темпов роста в соответствии с целевой функцией (6) применительно к проекту может быть освоенный объем (ОО) работ по отношению к плановому (ПО) – индекс выполнения сроков работ (ИВСР). ИВСР совместно со статусом расписания используется для определения прогнозируемой даты завершения проекта и равен отношению ОО к ПО работ проекта $ИВСР = ОО/ПО$.

Максимизация доли рынка

На рынке, находящемся в фазе зрелости, темпы роста близки к нулевым и его общая емкость становится практически неизменной. Насыщение потребителей продукцией достигает своего максимума и почти единственной возможностью увеличения объема продаж для фирмы становится повышение ее рыночной доли:

$$V_f/V_p = \max, \quad (7)$$

где V_f/V_p – относительная доля фирмы на рынке рассматриваемой продукции.

Максимизация текущей стоимости фирмы

Стоимость фирмы определяется потоком ее будущих прибылей, имеющим вероятностный характер. Поэтому в данную модель включается концепция риска [2]. В качестве целевой функции в модели максимизации текущей стоимости фирмы (или проекта) принимается чистая текущая стоимость (*Net Present Value – NPV*), которая в случае распределенных по периодам времени неравномерных инвестиций рассчитывается по формуле

$$NPV = \sum_{t=tR}^T R_t \frac{1}{(1+R)^t} - \sum_{t=tI}^T I_t \frac{1}{(1+R)^t} \quad (8)$$

Здесь R_t – доходы в каждый период времени t ; I_t - инвестиции в этот же период; tR – начальный период поступления дохода (возможен еще до окончания инвестиционной фазы); tI – начальный период поступления инвестиций (как правило, начало какого-либо проекта соответствует условию $tI=0$). После окончания инвестиционной фазы в случае наступления эксплуатационного периода взамен значений I_t в формулу (8) подставляются производственные, маркетинговые и эксплуатационные расходы.

Максимизация капитализации (состояния собственника)

Поскольку мерой состояния собственника является стоимость пакета его акций, в качестве целевой функции предполагается использование максимальной рыночной стоимости акции в составе акционерного фонда [2]:

$$V = E/r,$$

где V – капитализированная стоимость на акцию;

E – ожидаемая прибыль на акцию;

r – норма капитализации или требуемая норма дохода с учетом различных видов рисков.

Данный подход представляет интерес для инвесторов, оценивающих перспективность акционерного фонда с различных позиций, среди которых одной из основных является отношение цены к доходу, равное $1/r$.

Максимизация добавленной стоимости (японская модель)

Японская модель максимизации добавленной стоимости ориентирована на удовлетворение интересов всех сторон – акционеров, менеджеров, персонал и поставщиков [2]. Философия заключается в вознаграждении участников не только путем увеличения зарплаты и предоставления дополнительных привилегий, но и за счет обеспечения удовлетворенности от изготовления продукции высокого качества.

Для максимизации добавленной стоимости актуализируется сокращение затрат и увеличение объемов продаж, а в качестве целевой функции, таким образом, могут быть приняты следующие условия:

$$\left\{ \begin{array}{l} TR(Q) = P(Q) \cdot Q = \max \\ TC(Q) = \min. \end{array} \right.$$

Реалистичность этой модели зависит от управленческой культуры, которая, в свою очередь, определяется такими составляющими, как мотивация участников, стимулы к обучению, приверженность целям бизнеса.

Согласование интересов принципалов и управляющих

Модель согласования интересов принципалов (акционеров) и управляющих (агентов) [2] ориентирована на урегулирование взаимоотношений между этими участниками таким образом, чтобы обеспечивать вознаграждение управляющих в зависимости от достижения поставленных целей.

Целевая функция в данной модели может быть представлена в виде (2), т.е. аналогичном бихевиористской модели. При этом под набором целей фирмы X_t может пониматься, например, максимизация прибыли, а под уровнем власти p_{it} – позиции владельцев и менеджеров. Фактор внешнего окружения e_t в данном случае отсутствует. Тогда система уравнений целевой функции согласования интересов примет следующий вид:

$$\left\{ \begin{array}{l} a_{it} = (x_{it}, p_{it}) \\ A_t = \{a_{it}\} \\ \pi(Q) = \max. \end{array} \right.$$

Власть заинтересованных сторон можно определять в соответствии с концепциями Уинстанли (матрица власти), Моргана (источники власти), Левина (поле сил) [6].

Для повышения мотивации менеджеров владельцы бизнеса могут разделять с ними риск, предоставляя им опционы акций.

Заключение

Выведенные в данной работе целевые функции проекта и предприятия охватывают многообразные управленческие ситуации и относятся к реальным целям хозяйственной деятельности. Наличие таких функций позволяет формализовать процесс контроля достижения целей организации или реализации проекта.

Список использованной литературы:

1. Тополя И.В. Экономическая теория и модели целевой функции фирмы. Проблемы управления №1 2004. – с. 54-59.
2. Хорин А.М., Керимов В.Э. Стратегический анализ. – М.: Эксмо, 2006. – 288 с.
3. Природа фирмы. / под ред. О. Уильямсона, С. Дж. Уинтера. – М.: Дело, 2001. – 360 с.
4. Микроэкономика: практический подход (Managerial Economics): учебник. – 2 изд., испр. / под ред. А.Г. Грязновой и А.Ю. Юданова. – М.: КНОРУС, 2005. – 672 с.
5. A Note on Cyert and March (1963) and Penrose (1959): A Case for Synergy Pitelis, C. Working Paper Series 18/2006. Cambridge Judge Business School. – 38 p.

6. Вайни Х. Организация: заинтересованные стороны, предназначение и ответственность // Курс R820 «Стратегия»: учеб. пособие; пер. с англ. – Жуковский. – МИМ ЛИНК, 2006. – кн. 4.

© С.В. Володин, 2013

УДК 336

Т.Н. Ебечекова,
студентка 2 курса Новосибирского государственного университета
экономики и управления «НИНХ»,
специальность «Финансы и кредит»,
г. Новосибирск, Российская Федерация

ОЦЕНКА БЮДЖЕТНОЙ ОБЕСПЕЧЕННОСТИ МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАНИЙ

В настоящее время на муниципальном уровне бюджетная обеспеченность является инструментом определения минимально необходимых бюджетных средств в расчете на одного жителя муниципального образования, а также для определения обоснованной величины финансовой помощи муниципальным образованиям в целях более полной реализации их интересов.

Бюджетная обеспеченность является экономическим понятием, характеризующим конечный результат перераспределения созданной стоимости через бюджетную систему. Этот результат состоит в осуществлении бюджетных расходов и характеризуется их величиной на душу населения. Может быть определена бюджетная обеспеченность в расчете на одного резидента страны, одного жителя региона, муниципального района, поселения.

При территориальном финансовом планировании общепризнанным постулатом является равенство бюджетной обеспеченности, которое должно осуществляться при прочих равных условиях (природно-климатических, демографических и т.д.).

Другим требованием, не противоречащим равенству бюджетной обеспеченности, является эффективность бюджетных расходов, в самом общем виде понимаемая как максимизация производства количества и качества услуг общественного сектора на единицу затрат.

Наконец, третьим требованием является так называемая прозрачность бюджетной системы, под которой понимается четкость и простота применяемых процедур финансового планирования, обеспечивающие достоверность получаемых результатов.

Мы считаем, что совершенствованию бюджетного планирования и финансового обеспечения муниципальных образований должен содействовать переход к формированию местных бюджетов на основе планирования бюджетных расходов.

Закрепленное в бюджетном законодательстве России понятие бюджетной обеспеченности заключается в определении величины расходов либо доходов бюджета в расчете на одного жителя. Учитывая отсутствие единых подходов к оценке доходных возможностей и расходных обязательств муниципальных образований, рассчитанные показатели бюджетной обеспеченности в расчете на одного жителя не отражают реальной потребности муниципалитетов в бюджетных средствах. Соответственно, применение методик, использующих значения данных показателей, не способствует эффективному бюджетному планированию.

В действующей редакции Бюджетного кодекса и нормативных правовых актах Российской Федерации не содержится определения бюджетной обеспеченности. Для анализа термина «бюджетная обеспеченность» автор обратился к различным отечественным источникам[1] (см. табл.1).

Таблица 1 – Научные понятия термина «инвестиции»

Автор, источник	Определение
Голубовский Д.В.	Бюджетная обеспеченность является экономическим понятием, характеризующим конечный результат перераспределения созданной стоимости через бюджетную систему
Федеральный закон от 25 сентября 1997 года № 126-ФЗ «О финансовых основах местного самоуправления»	Бюджетная обеспеченность - расчетный показатель минимально необходимой потребности в бюджетных средствах на одного жителя муниципального образования в текущих расходах
Бюджетный кодекс Российской Федерации, введенный в действие с 1 января 2000 года	Бюджетная обеспеченность - минимально допустимая стоимость государственных или муниципальных услуг в денежном выражении, предоставляемых органами государственной власти или органами местного самоуправления, в расчете на душу населения за счет средств соответствующих бюджетов
С.Н. Рябухин	Под бюджетной обеспеченностью муниципальных образований понимается среднедушевая бюджетная обеспеченность населения (СДБО), то есть уровень расходов бюджетов муниципальных образований в расчете на душу населения

Использование существующих коэффициентов финансовой независимости в практике бюджетного планирования позволит получать сопоставимые относительные показатели бюджетной обеспеченности. Применение показателей: бюджетная обеспеченность собственными доходами, бюджетная обеспеченность, абсолютная бюджетная

обеспеченность, - при условии расчета расходов местного бюджета по единому, предложенному методу, позволит количественно оценивать уровень бюджетной обеспеченности муниципальных образований.

Мы считаем, что расчет показателей бюджетной обеспеченности можно осуществлять по аналогии с оценкой финансового состояния коммерческих организаций: коэффициенты финансовой независимости, автономии.

Возможность сравнения значений предложенных показателей бюджетной обеспеченности муниципальных образований разных субъектов Российской Федерации и использования полученных величин в методиках бюджетного выравнивания достигается применением единой методики расчета расходных обязательств органа местного самоуправления.

Планирование расходов муниципальных образований должно основываться на применении минимальных социальных стандартов. Необходимость их использования связана с наличием предметов совместного ведения Федерации и ее субъектов. Существует вероятность того, что на практике не всегда удастся применять стабильные минимальные социальные стандарты. Они будут зависеть от реальных возможностей бюджетной системы. Поэтому законодательно целесообразно установить следующую норму: минимальные социальные стандарты, определяемые в соответствующем законе, должны носить ориентировочный характер и фиксироваться на среднесрочный период. Такие стандарты станут эффективным инструментом в планировании расходов муниципальных образований.

К приоритетным направлениям развития расходных полномочий, непосредственно влияющим на планирование расходов муниципальных образований, относятся: согласованность расходных полномочий соответствующих уровней власти с комплексом решаемых ими задач; применение законодательно установленных минимальных социальных стандартов при определении объемов финансовой помощи муниципалитетам; сбалансированность расходных и доходных полномочий между уровнями бюджетной системы.

При расчете индекса бюджетных доходов в настоящее время используются коэффициенты, позволяющие оценивать социально-экономические, географические, демографические факторы, влияющие на стоимость бюджетных услуг. Кроме того, учитываются факторы удорожания этих услуг в планируемом периоде. Такой подход не позволяет в должной мере обеспечить определение бюджетной обеспеченности муниципальных районов и поселений. Его альтернативой является использование на региональном и муниципальном уровнях минимальных социальных стандартов бюджетных услуг с пересмотром их денежной оценки в соответствии с данными по инфляции в конкретном регионе.

В рамках системы бюджетирования необходимо особое внимание уделять определению и мониторингу показателей непосредственных и конечных результатов распределения бюджета на уровне муниципального образования. Применение механизмов бюджетирования, ориентированного на результат, позволяет осуществлять более эффективный контроль за расходованием бюджетных средств применительно к результатам деятельности муниципального образования.

Список использованной литературы:

1. Бюджетный кодекс РФ. Правовая система «Консультант плюс».
2. Голубовский Д.В. Принципы и методы выравнивания уровней бюджетной обеспеченности субъектов Федерации // Вестник Российской экономической академии им. Г.В. Плеханова, №3 (33), 2010.
<http://www.ceninauku.ru>.
3. Кашина Н.В. Методика расчетов налогового потенциала // Финансы. - М., 2001. - № 12. - С.68.
4. Горегляд В.П., Подпорина И. Замечания к проекту Программы развития бюджетного федерализма в России на период до 2005 года//Финансовый бизнес. - М., 2001. -№ 10. - С.37.
5. Поляк Г.Б. Бюджетная система России. Под ред. Г.Б. Поляка. - М.: Юнити-Дана, 2009.
6. Липкина Т. «Финансовая газета. Региональный выпуск», №31, 2011.

©Т.Н. Ебечекова, 2013

УДК 658

В.М. Игнатьев, Э.А. Ерошина,

канд. техн. наук, доцент; студентка 4 курса хим.-технол. факультета,
Южно-Российский государственный технический университет,
г. Новочеркасск, Российская Федерация

ПРОЦЕСС ПРОГНОЗИРОВАНИЯ

Прогноз – снятие неопределенности с состояния процесса в будущем [1, с. 496]. Процесс – совокупность видов деятельности, преобразующая входы в выходы [2, с. 9]. Процессы протекают во вселенной, обществе, организации. Процесс – это, прежде всего, временное понятие. Поэтому у всякой продукции, услуги, объекта есть прошедшее, настоящее и будущее. Настоящее, как текущий период, есть продолженность условий и возможностей деятельности. Прошлое и будущее – противоположности по

определению. В процессах присутствуют старые и новые моменты. Действие всегда направлено в будущее, поэтому планирование и действие ради будущего в целях более удовлетворительного состояния может повлиять только на будущее состояние. Методы анализа прошлого делятся на четыре категории:

1. Традиционные методы анализа. Сюда относятся: сравнение, наблюдение, аналогия, табличное и графическое сравнения, группировки относительных и средних величин, балансовый метод, индукция, дедукция, старые и новые инструменты качества.

2. Детерминированные методы анализа: цепной подстановки, индексный метод, абсолютных и относительных разниц, интегральный, пропорционального деления, долевого участия, логарифмирования, метод *ABC*.

3. Статистические методы анализа включают: теорию распределений, теорию рядов, корреляционный и регрессионный анализ, дисперсионный, компонентный и факторный анализы, планирование эксперимента, многомерная статистика.

4. Методы оптимизации содержат экономико-математическую оптимизацию, различное программирование, календарное планирование, теорию массового обслуживания, теорию очередей, теорию игр и другие разделы исследования операций.

Планирование неотъемлемая часть работы инженера, менеджера, руководителя. Если, однако, неопределённости закрывают горизонты планирования, то специалисту бывает трудно осуществлять эффективное планирование. Прогнозирование помогает специалисту, снижает неопределённость и тем самым позволяет разрабатывать более реальные планы. Прогноз - некоторое утверждение относительно будущего. Существует много разнообразных методов прогнозирования. В смысле реализации методы прогнозирования разнообразны и отличаются друг от друга значительно. Тем не менее, некоторые особенности являются общими для всех методов. За основу прогнозирования принимается предположение, что та же самая причинно-следственная система, которая существовала в прошлом, сохранится и будет работать в будущем.

Можно выделить следующие этапы процесса прогнозирования:

1. Определить цель прогноза. Какова цель? Зачем проводится прогноз? Что покажет уровень детализации в прогнозе? Какое количество трудовых и материальных ресурсов потребуется для проведения того или иного плана?

2. Установить период прогнозирования. Прогноз должен иметь временные рамки. На сколько единиц временного отрезка проводится прогноз? Точность прогноза уменьшается по мере увеличения периода прогнозирования.

3. Выбрать метод прогнозирования.

4. Собрать и проанализировать исходные данные. Определить основные положения для подготовки и использования прогноза.

5. Провести процесс прогнозирования.

6. Контролирование прогноза. Прогноз нужно контролировать, чтобы определить, насколько точно он выполняется. Если результаты проверки неудовлетворительны, то заново проверяются метод, исходные предположения и достоверность данных. Проводятся необходимые изменения для проведения повторного прогноза.

Прогнозирование – специальное научное исследование конкретных перспектив развития какого-либо явления [3, с. 970]. Прогнозирование на практике развивается в комплексах взаимосвязанных прогнозов по отдельным научным дисциплинам. В зависимости от цели прогноза, одна из отраслей прогнозирования является профильной, образует собственно предмет исследования, а смежные отрасли составляют прогностический фон заранее полученных данных. При проведении процесса прогнозирования можно выделить следующие три этапа: анализ, реализация алгоритма метода, оценка прогноза по критерию. Ретроспективное размышление различает, прежде всего, в прошлом периоде действия и условия деятельности.

По времени упреждения прогнозирование разделяется на:

– текущее (когда не ожидается существенных изменений исследуемого объекта и имеются в виду лишь отдельные, частные количественные оценки);

– краткосрочное (общие количественные оценки);

– среднесрочное (количественно-качественные оценки);

– долгосрочное (качественно-количественные оценки).

Методы прогнозирования делятся:

1. Прогнозы, основанные на суждениях и мнении прогнозы, которые используют субъективные исходные данные, такие как мнения специалистов, потребителей, реализаторов, менеджеров и экспертов.

2. Прогнозы, основанные на данных временных рядов, т. е. статистическое прогнозирование.

3. Ассоциативные прогнозы. Ассоциативная модель - метод прогнозирования, который использует поддающиеся оценке переменные для предсказания будущих значений.

Прогнозы, основанные на данных временных рядов. Временной ряд - это упорядоченная по времени последовательность. Методика прогнозирования предполагает, что будущие значения ряда могут быть оценены исходя из прошлых значений. Здесь не выполняются никакая попытка для определения переменных, которые влияют на поведение ряда. Анализ временного ряда выявляет следующее. Тенденция - долгосрочное направление движения данных временного ряда. Сезонность - краткосрочные регулярные изменения, связанные с другими факторами.

Цикл - волнообразные колебания значений данных с определённым периодом. Нерегулярные изменения вызываются необычными обстоятельствами, не отражают типичного поведения процесса. Случайные изменения - значения, оставшиеся после выделения, тенденций, нелинейного и периодического тренда. Методы усреднения или сглаживания основаны на обработке временного ряда. Архивные данные обычно содержат определённое количество случайных изменений, искажений или «помех», которые смазывают картину систематического изменения данных. Эти искажения являются результатом объединённого влияния многих данных или параметров.

В идеальном случае, нужно было бы полностью удалить из данных любые случайности и оставить только те факторы, которые существенно влияют на результирующую величину. Эти факторы называют закономерными, действенными или независимыми.

Методы усреднения сглаживают некоторые колебания во временном ряде, так как отдельные точки максимума и минимума компенсируют друг друга, когда объединены в некоторое среднее. Поэтому прогноз, основанный на среднем, показывает меньше изменений, чем исходные данные. Это может быть даже к лучшему, потому что многие из этих изменений отражают скорее произвольные скачки, чем действительную тенденцию временного ряда.

Прогнозы, составленные методом усреднения, отражают последние показатели временного ряда (например, среднее значение за несколько последних периодов). Эти методы работают лучше всего, когда данные склонны изменяться вокруг некоторого среднего значения. Здесь могут наблюдаться резкие изменения (скачки), а также постепенные плавные изменения в уровне ряда. Методы усреднения делятся на три группы: «наивные» прогнозы; скользящие средние значения; экспоненциальное сглаживание. Наивный прогноз – прогноз, когда он равен значению за последний период ряда. Например, если продажи за последнюю неделю составили 50 единиц, то прогноз продаж на следующую неделю равняется также 50 ед. Скользящее среднее значение – метод, который берёт среднее о нескольких самых последних периодах; значения временного ряда обновляются по мере поступления новых данных за последние периоды.

Ассоциативные прогнозы. Ассоциативная модель – метод прогнозирования, который использует поддающиеся оценке переменные для предсказания будущего значения переменной прогноза. Ассоциативные модели определяют одну или более поддающиеся оценке переменные, которые используются для прогноза основной величины. Например, производство подсолнечного масла зависит от объёмов полученного урожая подсолнечника. Спрос на масляную краску зависит от производства лака, от сезона (для проведения покрасочных работ), от цены, от времени высыхания, от срока хранения и прочих специфических характеристик.

Строится регрессионное уравнение, анализ которого позволяет рассчитать объём производства, затем объём продаж, на основе прогноза первичных прогнозов исходных величин. Ассоциативные прогнозы основаны на регрессионных моделях, на трендах временных рядов.

Эффективными являются адаптивные модели прогнозирования [4, с. 358-362]. К этим моделям относятся: модели Брауна, Хольта, Бокса-Дженкинса, Уинтерса, Тейла-Вейджа.

Согласно методу Брауна прогноз ряда значений выполняется по следующей формуле: $\Pi_{i+1} = \Pi_i + L(Y_i - \Pi_i)$, где Y_i – значения ряда в i -й точке; Π_i – прогноз ряда в i -й точке; L – коэффициент, который подбирается на отрезке $[0,1]$ Подбор коэффициента L проводится при минимизации

$$\text{критерия } E = \sqrt{\frac{e^2}{n-2}}, \quad (1)$$

где $e^2 = (Y_i - \Pi_i)^2$. Значения коэффициента L лежат от 0 до 1.

Согласно методу Хольта прогноз ряда значений выполняется по следующей формуле: $\Pi_{i+1} = a0_i + a1_i$, где $a0_i$ – коэффициент i -й точке, который рассчитывается по формуле $a0_i = L_1 \cdot Y_i + (1-L_1)\Pi_i$; L_1 – коэффициент, который подбирается изменением от 0 до 1; Y_i – ряда в i -й точке; $a1_i$ – коэффициент i -й точке, который рассчитывается по формуле $a1_i = L_2 \cdot (a0_i - a0_{i-1}) + (1-L_2)a1_{i-1}$; L_2 – коэффициент, который подбирается изменением от 0 до 1. Подбор коэффициент L_1 и L_2 проводится при минимизации критерия (1).

Метод прогноза Бокса-Дженкинса – модифицированный метод прогноза Хольта, в формулы которого включены остатки. Остатки – это разности между значениями ряда и значениями прогноза (обозначаются через e).

Согласно методу Бокса-Дженкинса прогноз ряда значений выполняется по следующей формуле: $\Pi_{i+1} = a0_i + a1_i$, где $a0_i$ – коэффициент i -й точке, который рассчитывается по формуле $a0_i = L_1 \cdot Y_i + (1-L_1)\Pi_i + L_3(e_i - e_{i-1})$; L_1 и L_3 – коэффициенты, которые подбираются изменением значений от 0 до 1; Y_i – ряда в i -й точке; $a1_i$ – коэффициент в i -й точке, который рассчитывается по формуле $a1_i = L_2 \cdot (a0_i - a0_{i-1}) + (1-L_2)a1_{i-1}$; L_2 – коэффициент, который подбирается изменением от 0 до 1. Подбор коэффициентов L_1 , L_2 и L_3 проводится при минимизации критерия (1).

Метод прогноза Уинтерса – модифицированный метод прогноза Хольта, в формулы которого включена периодическая составляющая w . Согласно этому методу прогноз ряда значений выполняется по следующей формуле: $\Pi_{i+1} = a0_i + a1_i + w_i$, где $a0_i$ – коэффициент i -й точке, который рассчитывается по формуле

$a0_i = L_1 \cdot Y_i / w_i + (1-L_1)\Pi_i$, где L_1 – коэффициент, который подбирается изменением значений от 0 до 1; Y_i – ряда в i -й точке; $a1_i$ – коэффициент i -й точке, который рассчитывается по формуле $a1_i = L_2 \cdot (a0_i - a0_{i-1}) + (1-L_2)a1_{i-1}$; L_2 – коэффициент, который подбирается изменением от 0

до 1; периодическая составляющая рассчитывается по формуле $w_i = L_3 y_i / a0_i + (1 - L_3) w_{i-1}$, где L_3 – коэффициент, который подбирается изменением от 0 до 1; начальное значение $w_0 = L_3 y_1 / a0_0$. Подбор коэффициентов L_1 , L_2 и L_3 проводится при минимизации критерия (1).

Метод прогноза Тейла-Вейджа содержит периодическую составляющую, с учётом остатков $(y_i - \Pi_i)$. Согласно методу прогноз ряда значений выполняется по следующей формуле: $\Pi_{i+1} = a0_{i+1} + a1_i + w_{i-1}$, где $a0_i$ – коэффициент в i -й точке, который рассчитывается по формуле $a0_i = \Pi_{i-1} + L_1(y_i - \Pi_i)$, где L_1 – коэффициент, который подбирается изменением значений от 0 до 1; y_i – ряда в i -й точке; $a1_i$ – коэффициент в i -й точке, который рассчитывается по формуле $a1_i = a1_{i-1} L_1 L_2 ((y_i - \Pi_i))$; где L_2 – коэффициент, который подбирается изменением от 0 до 1; периодическая составляющая рассчитывается по формуле $w_i = w_{i-1} + (1 - L_1) L_3 (y_i - \Pi_i)$, где L_3 – коэффициент, который подбирается изменением от 0 до 1; начальное значение $w_0 = (1 - L_1) L_3 (y_1 - \Pi_1)$, а прогноз для первой точки равен $\Pi_1 = a0_0 + a1_0$. Проводится подбор коэффициентов L_1 , L_2 и L_3 . Сравнение применения методов прогнозирования провели на одном и том же наборе данных временного ряда – выпуска продукции (кирпича). Результаты сравнения сведены в табл.1. Лучшим по критерию прогноза (1) является метод Брауна, т. к. он учитывает сезонную составляющую производства.

Таблица 1 – Значения критерий (1) для адаптивных методов прогноза производства на ЗАО «Сальский кирпичный завод»

Метод Брауна	Метод Хольта	Метод Бокса	Метод Уинтерса	Метод Тейла
0,245	0,307	0,288	0,874	0,296

Ассоциативный прогноз для того же объекта, выполненный с помощью ряда Фурье при 12 гармониках, даёт прогноз при критерии (1), равном 0,452. При сравнении этого значения критерия со значениями критериев адаптивных методов, приведёнными в таблице 1, можно сделать вывод: адаптивные прогнозы эффективнее ассоциативных и просты в реализации.

Список использованной литературы:

1. Стивенсон В.Дж. Управление производством. – М.: БИНОМ, 2002. – 928 с.
2. ISO 9000 – 2008.
3. Новый энциклопедический словарь. – М.: Большая Российская энциклопедия, 2006.
4. Валентинов В.А. Эконометрика: практикум. – М.: Дашков и К°, 2010. – 436 с.

© В.М. Игнатъев, Э.А. Ерошина, 2013

И.И. Зарипов,
студент 4 курса экономического факультета
Ю.А. Запольских,
к.э.н., доцент кафедры финансов и кредит,
Башкирский государственный аграрный университет,
г. Уфа, Российская Федерация

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА ЦЕННЫХ БУМАГ В РОССИИ

Развитие рынка ценных бумаг является достаточно актуальной темой, что обусловлено его специфическими особенностями. Всем известно, что рынок ценных бумаг является важным элементом фондового рынка, позволяющего распределять свободные финансовые ресурсы между государством, хозяйствующими субъектами и населением.

Несмотря на то, что существует множество определений рынка ценных бумаг и данный вопрос является дискуссионным, под рынком ценных бумаг можно понимать совокупность экономических отношений по поводу выпуска и обращения ценных бумаг между его участниками.

В этом смысле понятие рынка ценных бумаг не отличается и не может отличаться от определения рынка любого другого товара, например нефти. Отличия появляются, если сравнить сам объект исследуемого рынка. Номенклатура рынка ценных бумаг соответствует не рынку какого-то одного товара, а товарному рынку в целом. Далее, если товары производятся на заводах и фабриках, то ценные бумаги выпускаются в обращение. Чтобы товар дошел до своего потребителя, нужна своя организация товародвижения, а для ценной бумаги - своя. Товар продается один или несколько раз, а ценная бумага может продаваться и покупаться неограниченное число и т.д. Рынок ценных бумаг - это составная часть рынка любой страны. Основой рынка ценных бумаг являются товарный рынок, деньги и денежный капитал. Первый является надстройкой над вторым, производным отношением к ним.

Что касается классификации видов рынков ценных бумаг, можно выделить следующие рынки ценных бумаг, смысл которых определяется их значимостью:

- международные и национальные рынки ценных бумаг;
- национальные и региональные (территориальные) рынки;
- рынки конкретных видов ценных бумаг (акций, облигаций и т.д.);
- рынки государственных и корпоративных (негосударственных) ценных бумаг;
- рынки первичных и производных ценных бумаг [1].

С возникновением фондового рынка в России, страна неизбежно столкнулась и с появлением многочисленных проблем, без преодоления

которых невозможно дальнейшее перспективное развитие рынка ценных бумаг.

Каковы же основные проблемы, сдерживающие развитие рынка ценных бумаг в нашей стране?

1) Первой наиболее важной проблемой является затянувшийся финансовый кризис в стране, политическая и, соответственно, социальная нестабильность в стране.

2) Несовершенная законодательная база, регулирующая рынок ценных бумаг.

3) Не соответствующий контроль со стороны органов государственной власти.

4) Отсутствие прогнозов по развитию рынка ценных бумаг в России.

5) Проблема защиты вложений инвесторов в ценные бумаги от потерь, которая может быть решена созданием государственной или полугосударственной системы ее обеспечения.

6) Опережающее создание депозитарной, клиринговой и агентской сетей для регистрации движения ценных бумаг в интересах эмитентов.

7) Реализация принципа открытости информации – через расширение объема публикаций о деятельности эмитентов ценных бумаг. Создание общепринятой системы показателей для оценки РЦБ, введение признанной рейтинговой оценки компаний-эмитентов, а также развитие сети специализированных изданий, характеризующих отдельные отрасли как объекты инвестиций.

8) И, конечно же, целевая переориентация РЦБ с первоочередного обслуживания финансовых запросов государства и перераспределения крупных пакетов акций на выполнение своей главной функции - направление свободных денежных ресурсов на цели восстановления и развития производства в России.

Рассмотрим основные перспективы развития современного РЦБ на данном этапе.

Интернационализация или глобализация РЦБ. Национальный капитал переходя границы стран, формирует мировой РЦБ, по отношению к которому национальные рынки становятся второстепенными.

Большая организованность рынка ценных бумаг, усиленный государственный контроль повысят надежность РЦБ и степень доверия к нему со стороны инвесторов.

Информатизация РЦБ – повсеместное внедрение компьютеров и программного обеспечения, позволяющего развиваться рынку ценных бумаг во все более ускоренных темпах.

Введение новых инструментов рынка ценных бумаг, таких как производные виды ценных бумаг, создание новых ценных бумаг, их видов и разновидностей.

Развитие новых систем торговли, основанных на информатизации и современных средств связи, позволяющие полностью автоматизировать рынок ценных бумаг, без посредников, без непосредственных контрактов между продавцами и покупателями.

Создание новой инфраструктуры рынка, современных информационных систем, системы клиринга и расчетов, депозитарного обслуживания рынка ценных бумаг.

Секьюритизация рынка ценных бумаг, переход денежных средств из своих традиционных форм в форму ценных бумаг; тенденция перехода одних форм ценных бумаг в другие, более доступные для широких кругов инвесторов.

Вовлечение новых участников, для которых данная деятельность становится основной, а также выделение крупных, ведущих профессионалов рынка на основе как увеличения их собственных капиталов (концентрация капитала), так и путем их слияния в еще более крупные структуры РЦБ (централизация капитала). В результате на фондовом рынке появляются торговые системы, которые обслуживают крупную долю всех операций на рынке.

Т.о., несмотря на то, что современный российский рынок ценных бумаг имеет ряд проблем, он имеет большие перспективы не только для своего развития: он будет способствовать взаимодействию других рынков капиталов, а также их симбиозному развитию [2].

Список использованной литературы:

1. <http://www.stock.forekc.ru/6/index.htm>.
2. <http://rynok-cennyh-bumag.finpotrebsouz.ru>.

© И.И. Зарипов, Ю.А. Запольских, 2013

УДК 331

В.Ю. Злыгостев,

студент 2 курса экономического факультета,
Автономная некоммерческая организация
«Международный институт ИНФО-Рутения»,
г. Южно-Сахалинск, Российская Федерация

АНАЛИЗ СТРУКТУРЫ КОЛИЧЕСТВЕННОГО И КАЧЕСТВЕННОГО СОСТАВА ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ ПРЕДПРИЯТИЯ В ОЦЕНКЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ СТИМУЛИРОВАНИЯ ИХ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В безубыточности предприятия ведущую и одну из основных ролей играет персонал. Именно от его численности, уровня мотивации, квалификации и отношения к труду зависит вся деятельность предприятия.

В связи с этим особое место в изучении мотивации трудовых ресурсов предприятия занимает оценка эффективности применяемых методов стимулирования, а в частности, проводится анализ структуры их количественного и качественного состава.

Для анализа динамики численности персонала необходимо построить таблицу (табл. 1).

Таблица 1

Анализ структурной динамики численности персонала за 2012-2013 гг.

Категория персонала	2010 г.		2011 г.		2012 г.		Отклонение			
	Средне сп. числ., чел.	Структура, %	Средне сп. числ., чел.	Структура, %	Средне сп. числ., чел.	Структура, %	2011 г. от 2010 г.		2012 г. от 2011 г.	
							абс.	отн.	абс.	отн.
Рабочие	130	22,6	120	22,6	134	23,5	10	7,7	14	11,7
Служащие	379	66	351	66	363	63,7	28	7,4	12	3,4
Руководители	65	11,4	61	11,4	73	12,8	4	6,2	12	19,7
Итого	574	100	532	100	570	100	42	7,3	38	7,1

Таким образом, анализ структуры и динамики численности персонала компании показал, что общая численность всего промышленно-производственного персонала в 2012 году 570 человек, что выше показателей 2011 года на 38 человек. Также данные таблицы подтверждают, что показатель численности работников компании в 2011 году имел тенденцию снижения (на 42 человека), что является отрицательным моментом.

В качестве причин изменения численного состава можно обозначить следующие: централизация структурных подразделений, ликвидация малоэффективных и дублируемых рабочих мест, изменение норм трудовой деятельности, модернизация оборудования. Но предприятию удалось поправить ситуацию, в том числе и повышением фонда оплаты труда, что привело к росту показателей численности в 2012 году (на 38 человек).

Согласно проведенным исследованиям, динамика численности персонала слабая, значительных структурных сдвигов не наблюдается. Что касается структуры, то в общей доли персонала преобладает категория служащих, где они составляют более 60% за все три года. Меньшую долю занимают руководители, где их доля составляет 11-12%.

Далее стоит рассмотреть и качественный состав трудовых ресурсов предприятия. Для этого необходимо весь персонал разбить на отдельные группы работников – по возрасту, по образованию, по трудовому стажу работы.

Анализ структуры качественного состава трудовых ресурсов представлен в таблице 2.

Таблица 2

**Анализ структуры качественного состава трудовых ресурсов
за 2010-2012 гг.**

Группа работников	Численность работников, чел.			Удельный вес, %		
	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.
По возрасту, лет:						
до 25	16	13	18	2,8	2,5	3,2
от 26 до 35	125	121	129	21,8	22,7	22,6
от 36 до 45	224	205	218	39	38,5	38,2
от 46 до 55	132	121	131	23	22,7	23
свыше 55	77	72	74	13,4	13,6	13
ИТОГО	574	532	570	100	100	100
По образованию:						
Среднее	109	92	111	19	17,3	19,5
Среднее специальное	140	130	139	24,4	24,4	24,3
Высшее	325	310	320	56,6	58,3	56,2
ИТОГО	574	532	570	100	100	100
По трудовому стажу, лет:						
до 1 года	8	6	9	1,4	1,2	1,6
от 1 до 2	123	115	129	21,4	21,6	22,6
от 2 до 3	105	101	103	18,3	19	18,1
от 3 до 5	108	97	101	18,8	18,2	17,7
свыше 5 лет	230	213	228	40,1	40	40
ИТОГО	574	532	570	100	100	100

Таким образом, данные таблицы демонстрируют, что во всех группах работников произошли небольшие изменения в динамике наряду с уменьшением численности персонала в 2011 году и увеличением в 2012. По возрастному составу наименьший удельный вес в общей доле занимают работники до 25 лет. Наибольший удельный вес составляют работники в возрасте от 36 до 45 лет. Наименьшую долю в образовательной структуре занимают работники со средним образованием, а наибольшую долю составляют рабочие с высшим образованием. Кроме того, в 2012 году по сравнению с 2010 г. происходит текучесть высококвалифицированных кадров с высшим образованием, что является отрицательным моментом. По трудовому стажу наименьшую долю занимают работники до 1 года. Наибольшую долю составляют работники со стажем работы свыше 5 лет.

Старение кадров, наряду с льготным сроком назначения пенсии для промышленного персонала в связи с вредными условиями труда, в скором времени могут привести к тому, что предприятие будет ощущать реальную нехватку квалифицированных работников. Далее можно провести анализ движения персонала на предприятии, представленный в таблице (табл. 3).

Таблица 3

Анализ движения персонала предприятия за 2010-2012 гг.

Показатели	2010 г.	2011 г.	2012 г.	Отклонение			
				2011 г. от 2010 г.		2012 г. от 2011 г.	
				абс.	отн.	абс.	отн.
Среднесписочная численность	574	532	570	42	7,3	38	7,1
Принято	52	34	42	18	34,6	8	23,5
Уволено по всем причинам	31	56	47	25	80,6	9	16,1
Уволено по собственному желанию и решению администрации	13	21	17	8	61,5	4	19
Коэффициент принятия	0,09	0,06	0,07	0,03	-	0,01	-
Коэффициент выбытия	0,05	0,1	0,08	0,05	-	0,07	-
Коэффициент текучести	0,02	0,04	0,03	0,02	-	0,01	-
Коэффициент постоянства кадров	0,91	0,85	0,83	0,06	-	0,02	-

Таким образом, на предприятии наблюдается текучесть кадров. Исходя из динамики показателей коэффициентов, можно сделать вывод, что, в общем, на предприятии наблюдается отрицательная тенденция таких показателей как коэффициент принятия, коэффициент выбытия, коэффициент текучести и постоянства кадров. Это является отрицательным моментом в управлении персоналом. Количество принятых в 2011 году уменьшилось на 18 человек, в 2012 – увеличилось на 8. Количество работников, уволенных по всем причинам увеличилось на 25 человек в 2011 году и сократилось на 9 человек в 2012 году, что является положительным моментом в управлении персоналом. Из всего количества уволенных работников, лишь небольшая их доля связана с объективными причинами, например, уходом на пенсию. Внедрение новых показателей премирования и депремирования позволило добиться повышения трудовой и производственной дисциплины. В целях уменьшения текучести кадров и закрепления молодых специалистов на ключевых должностях, в компании проводится изучение социально-психологического климата коллектива для выявления потребностей персонала, внедряются новые программы предоставления займов работникам, заключаются соглашения к трудовым договорам на условия оплаты обучения работников, которые обязуются отработать на предприятии определённое количество лет по окончании обучения.

Качественная характеристика работников определяется степенью профессиональной и квалификационной подготовки для выполнения целей компании и производимых ими работ, для чего сравниваются средние тарифные разряды работ и работников, рассчитанные средневзвешенной

арифметической. Для расчёта квалификации рабочих относительно сложности выполняемых работ, построена таблица 4.

Таблица 4

Квалификационные требования и состав рабочих компании за 2012 г.

Разряд работ и рабочих	Тарифные коэффициенты	Число рабочих		Отклонения
		план	Факт	
1	1,00	6	7	2
2	1,30	11	13	3
3	1,69	47	50	3
4	1,96	28	31	4
5	2,27	15	18	2
6	2,63	10	15	10
ИТОГО	-	117	134	-

Таким образом, средний тарифный разряд по плану составил 3,55 ($1 \times 6 + 2 \times 11 + 3 \times 47 + 4 \times 28 + 5 \times 15 + 6 \times 10 / 117$), а фактический средний тарифный разряд равен 3,63 ($1 \times 7 + 2 \times 13 + 3 \times 50 + 4 \times 31 + 5 \times 18 + 6 \times 15 / 134$).

Это свидетельствует о том, что квалификационный уровень соответствует требуемому уровню. Важнейшим показателем эффективности использования труда является производительность труда.

Уровень производительности труда может быть выражен показателем реализованной продукции на 1 работника и показателем трудоёмкости единицы продукции. Эффективность использования трудовых ресурсов тесно связана с полнотой их использования. Полноту использования трудовых ресурсов можно оценить по количеству отработанных дней и часов одним работником, а также по степени использования фонда рабочего времени (табл. 5).

Таблица 5

Влияние текучести кадров на фонд рабочего времени за 2010-2012 гг.

Показатель	2010 г.	2011 г.	2012 г.	Отклонения	
				2011 г. от 2010 г.	2012 г. от 2011 г.
Среднегодовая численность работников (ЧП), чел.	574	532	570	42	38
Отработано за год одним работником					
Дней (Д)	221	221	222	0	1
Часов (Ч)	1550	1550	1553	0	3
Средняя продолжительность рабочего дня (П), час.	7,08	7,08	7,09	0	0,01
Фонд рабочего времени (Т), чел/час.	889	824	885	65 100	60 610
	700	600	210		

Средняя продолжительность рабочего дня по каждой категории равна:

$$П_1=211\text{дн.} \times 8\text{ч.}+8\text{дн.} \cdot 7\text{ч.}/211\text{дн.}+8\text{дн.}=7,96;$$

$$П_2=211\text{дн.} \times 7\text{ч.}+8\text{дн.} \times 6\text{ч.}/211\text{дн.}+8\text{дн.}=6,97;$$

В среднем по предприятию средняя продолжительность раб. дня равна:

$$П_{\text{рд}2010}=7,96 \times 65+6,97 \times 509/574=7,08;$$

$$П_{\text{рд}2011}=7,96 \times 61+6,97 \times 471/532=7,08;$$

$$П_{\text{рд}2012}=7,96 \times 73+6,97 \times 497/570=7,09;$$

Таким образом, таблица показывает, что в компании в 2011 году фонд рабочего времени понизился (на 65 100 ч.) за счёт сокращения среднесписочной численности персонала, что отрицательно сказывается на деятельности. Но к 2012 году предприятию удалось привлечь дополнительный персонал, что позволило повысить фонд рабочего времени на 60 610 ч.

Влияние факторов на изменение можно установить способом абсолютных разниц:

$$\Delta\text{ФРВ}_{\text{чп}}=(532-574) \times 221 \times 7,08=-65\,717\text{ч.}; \Delta\text{ФРВ}_{\text{д}}=0\text{ч.}; \Delta\text{ФРВ}_{\text{п}}=0\text{ч.};$$

Как видно из приведённых данных, имеющиеся трудовые ресурсы компания использует недостаточно полно.

При среднегодовой численности работников в 2011 году, фонд рабочего времени снизился на 65 717 чел/час.

Средняя продолжительность рабочего дня увеличивается лишь в 2012 году на 0,01ч. Соответственно, на предприятии в 2012 году фонд рабочего времени повысился на 60 610 часов. Влияние факторов на его изменение можно установить способом абсолютных разниц:

$$\Delta\text{ФРВ}_{\text{чп}}=(570-532) \times 221 \times 7,09=59\,542\text{ч.};$$

$$\Delta\text{ФРВ}_{\text{д}}=(222-221) \times 570 \times 7,09=40\,413\text{ч.};$$

$$\Delta\text{ФРВ}_{\text{п}}=(7,09-7,08) \times 222 \times 570=1265\text{ч.};$$

Как видно из расчёта, предприятие повысило эффективность использования трудовых ресурсов. В среднем одним рабочим отработано 222 дня вместо 221. Потери рабочего времени в 2011 году вызваны различными обстоятельствами, дополнительными отпусками с разрешения администрации, заболеваниями работников с временной потерей трудоспособности, прогулами.

Для выявления причин целодневных и внутрисменных потерь рабочего времени сопоставлены данные 2010-2012 гг. рабочего времени (табл.6).

Таблица 6

Исходные данные для факторного анализа производства продукции компании за 2010-2012 гг.

Показатель	2010 г.	2011 г.	2012 г.	Изменение	
				2011 г. от 2010 г.	2012 г. от 2011г.
Производство продукции (услуг), тыс. руб.	548 490	1 161 929	1 560 050	613 439	447 561

Среднегодовая численность, чел.	574	532	570	42	38
В том числе рабочие, чел.	130	120	132	10	12
Отработано одним рабочим за год, дни	221	221	222	0	1
Отработано часов всеми рабочими, час.	1550	1550	1553	0	3
Средняя продолжительность рабочего дня, ч.	7,08	7,08	7,09	0	0,01
Среднегодовая выработка одного работника, чел/час.	955,5	2184	2740	1228,5	556
Удельный вес рабочих в общей численности работников, %	22,6	22,6	23,5	0	0,9
Выработка рабочего тыс. руб. среднегодовая	4219	9683	11 819	5464	2136
среднедневная	19,09	43,8	53,23	24,71	9,43
среднечасовая	2,72	6,24	7,6	3,52	1,36

Далее необходимо выполнить факторный анализ изменений производства выпуска продукции и выявить, какие факторы на него повлияли (влияние каждого коэффициента на производство продукции за 2010 и 2011).

$$\Delta ВП = ВП_{11} - ВП_{10} = 1\ 161\ 929 - 548\ 490 = 613\ 439 \text{ тыс. руб.};$$

$$\Delta ВП_{(ППП)} = 532 \times 0,226 \times 221 \times 2,72 \times 7,08 - 548\ 490 = -479\ 327;$$

$$\Delta ВП_{(УД)} = 574 \times 0,226 \times 221 \times 7,08 \times 2,72 - 511\ 699 = 552\ 096 - 511\ 699 = 40\ 397;$$

$$\Delta ВП_{(Д)} = 532 \times 0,226 \times 221 \times 2,72 - 552\ 096 = 72\ 274 - 552\ 096 = -479\ 822;$$

$$\Delta ВП_{(П)} = 532 \times 0,226 \times 221 \times 7,08 \times 2,72 - 72\ 274 = 511\ 699 - 72\ 274 = 439\ 425;$$

$$\Delta ВП_{(ЧВ)} = 1\ 161\ 929 - 439\ 425 = 722\ 504;$$

Производство продукции (услуг) в 2011 году по сравнению с 2010 годом снизилось на 613 439 тыс. руб. На него повлияло изменение среднегодовой численности, которая составила 479 327. Удельный вес всех рабочих в общей численности повысился на 40 397, что повлекло за собой повышение производства продукции.

Также произошло уменьшение отработанных одним рабочим дней на 479 822 за год, что повлекло за собой уменьшение производства услуг в компании.

Повышение отработанных часов всеми рабочими, которые составили 722 504, повлекло за собой понижение производства услуг компании.

Далее необходимо провести факторный анализ для 2012 и 2011 года.

$$\Delta ВП = ВП_{12} - ВП_{11} = 1\ 560\ 050 - 1\ 161\ 929 = 447\ 561;$$

$$\Delta ВП_{(ППП)} = 570 \times 0,226 \times 222 \times 7,6 \times 7,08 = 1\ 538\ 803 - 1\ 161\ 929 = 376\ 874;$$

$$\Delta ВП_{(УД)} = 570 \times 0,235 \times 221 \times 7,08 \times 7,6 - 1\ 538\ 803 = 1\ 592\ 875 - 1\ 538\ 803 = 54\ 072;$$

$$\Delta ВП_{(Д)} = 570 \times 0,235 \times 222 \times 7,08 \times 7,6 - 1\ 592\ 875 = 1\ 600\ 083 - 1\ 592\ 875 = 7208;$$

$\Delta ВП_{(П)} = 570 \times 0,235 \times 222 \times 7,09 \times 7,6 - 1\ 600\ 083 = 1\ 602\ 343 - 1\ 600\ 083 = 2260;$

$\Delta ВП_{(ЧВ)} = 1\ 560\ 050 - 1\ 602\ 343 = -42\ 293.$

Производительность услуг в 2012 году повысилась на 447 561 тыс. руб., на что повлияло увеличение среднегодовой численности, которая составила 376 874. Также произошло повышение отработанных одним рабочим дней на 7208 за год, что повлекло за собой снижение производства услуг компании.

Таким образом, так как рост объёма реализованной продукции обусловлен увеличением численности трудовых ресурсов, то компания продвигается по пути экстенсивного развития.

Следующим основным этапом анализа является оценка мотивации персонала. Оценка проведена с помощью методики диагностики мотивации к успеху Т. Элерса и методики оценки общегрупповой мотивации В.А. Розанова.

Результаты тестирования персонала компании по методике Т. Элерса представлены в таблице 7.

Таблица 7

**Сила мотивации к достижению успеха
по методике Т. Элерса персонала компании за 2010-2012 гг.**

Оценка результатов в баллах	Количество человек			Удельный вес, %		
	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.
От 1 до 10 баллов	499	480	495	86,9	90,2	86,9
От 11 до 16 баллов	18	12	19	3,1	2,3	3,3
От 17 до 20 баллов	27	14	28	4,7	2,6	4,9
Свыше 20 баллов	30	26	28	5,3	4,9	4,9
ИТОГО	574	532	570	100	100	100

Из представленной таблицы видно, что сила мотивации по методике Т. Элерса в течение трёх лет имеет низкий уровень. После этого, на втором этапе анализируется формирование положительной групповой мотивации, результаты чего представлены в таблице 8.

Таблица 8

Результаты формирования положительной групповой мотивации

Оценка результатов в баллах	Количество человек			Удельный вес, %		
	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.
От 25 до 48 баллов	478	462	481	83,2	86,8	84,3
От 49 до 74 баллов	17	13	20	3	2,4	3,6
От 75 до 125 баллов	24	21	25	4,3	3,9	4,4
От 126 до 151 балла	29	17	20	5	3,2	3,5
От 152 до 175 баллов	26	19	24	4,5	3,7	4,2
ИТОГО	574	532	570	100	100	100

Исходя из результатов проведённого анкетирования можно сделать вывод о том, что групповая отрицательная мотивация сохраняется в течение трёх лет.

Система мотивации включает в себя экономические, социальные, творческие и моральные стимулы к труду. Отдельным работникам компании могут быть выплачены премии за выполнение важных производственных заданий и др.

Помимо этого, в компании существует перечень производственных упущений, нарушений, которые являются основанием для снижения поощрения за качество. Перечень содержит 70 статей нарушений и упущений, которым соответствуют коэффициенты снижения начисленной премии. Кроме того, в компании существуют показатели (основания) снижения или увеличения размера премии (табл. 9).

Таблица 9

Показатели снижения и повышения премии на предприятии

Показатель (+)	Проценты снижения	Показатель (-)	Проценты снижения
1. Невыполнение производственных заданий	0,1-0,5	1. Повышение индивидуальной выработки, выполнение производственных заданий более чем на 100%	0,1-0,2
2. Невыполнение распоряжений руководителя, повлекшее за собой упущения, недостатки в работе	0,1-0,5	2. Проявление инициативы в работе, выполнение работ более высокой квалификации	0,1-0,3
3. Недостаточное профессиональное мастерство, влекущее за собой некачественное выполнение работ	0,1-0,5	3. Профессиональное мастерство, выразившееся в лучшем качестве выполняемых работ	0,1-0,2
4. Нарушение правил эксплуатации машин и механизмов, вызвавшее их поломку и простой	0,1-1,0	4. Бережное отношение к оборудованию, топливно-энергетическим ресурсам	0,1-0,2
5. Нарушение правил охраны труда, производственной санитарии и пожарной безопасности	0,1-1,0		
6. Ненадлежащее состояние оборудования и рабочего места	0,1-0,5		
7. Совершение прогулов без уважительных причин, появление на работе в нетрезвом виде	1,0		
8. Опоздание на работу, преждевременный уход с работы	05,-1,0		

Работники компании полностью лишаются премии в следующих случаях: совершение прогула, появление на работе в нетрезвом состоянии, а также в состоянии наркотического или токсичного опьянения, распитие спиртных напитков на территории предприятия, совершения хищения имущества компании. Полное или частичное лишение премии производится за тот период, в котором было совершено упущение по работе.

Предприятие использует оплату труда как важнейшее средство стимулирования выполняемой добросовестной работы. Индивидуальные заработки работников определяются их личным трудовым вкладом в деятельность компании. Анализ фонда оплаты труда по категориям работников представлен в таблице 10.

Таблица 10

Динамика эффективности оплаты труда компании за 2010-2012 гг.

Показатели	2010 г.	2011 г.	2012 г.	Отклонение			
				2011 г. от 2010 г.		2012 г. от 2011 г.	
				абс.	отн.	абс.	отн.
Выручка от продаж, тыс. руб.	564 252	1 151 301	1 598 862	587 049	104	517 305	60,3
Фонд оплаты труда, тыс. руб.	21 108	21 783	27 182	675	3,2	5399	1,3
Среднесписочная численность персонала, чел.	574	532	570	42	7,3	38	7,1
Среднегодовая зарплата одного работающего, т. руб.	5,4	6,3	7	0,9	17	0,7	11

Таким образом, таблица демонстрирует, что фонд заработной платы увеличивается из года в год (на 675 тыс. руб. в 2011 году и на 5399 в 2012), что является позитивным моментом, в связи с привлечением дополнительных кадров на предприятие. Средняя заработная плата имеет тенденцию роста в течение трёх лет (повысилась в 2011 году на 0,9 тыс. руб., в 2012 – на 0,7 тыс. руб.). Наряду с этим и увеличилась выручка от продаж.

$\Delta\text{ФОТ}_{11-10}=21\ 783-21\ 108=675$ тыс. руб.; $\Delta\text{ФОТ}_{\text{ЧР}11-10}=(532-574)\times 5,4=226,8$ тыс. руб.; $\Delta\text{ФОТ}_{\text{ГЗП}}=532\times(6,3-5,4)=478,8$ тыс. руб.

На изменение фонда оплаты труда (5,4 тыс. руб.) повлияло понижение численности персонала в 2012 году. На повышение фонда оплаты труда в 2011 году повлияло увеличение тарифной ставки, соответственно это вызвало повышение среднегодовой заработной платы.

$\Delta\text{ФОТ}_{12-11}=27\ 182-21\ 783=5399$ тыс. руб.; $\Delta\text{ФОТ}_{\text{ЧР}12-11}=(570-532)\times 6,3=239,4$ тыс. руб.; $\Delta\text{ФОТ}_{\text{ГЗП}}=570\times(7-6,3)=399$ тыс. руб.

На повышение фонда оплаты труда в 2012 году (на 5399 тыс. руб.) повлияло увеличение тарифной ставки, и, следовательно, среднегодовая заработная плата тоже повысилась.

Причины перерасхода ФОТ методом абсолютных разниц:

$$\Delta\text{ФОТ}_{\text{абс}} = \text{ФОТ}_{2011} - \text{ФОТ}_{2010} = 21\,783 - 21\,108 = 675 \text{ тыс. руб.}$$

$$\Delta\text{ФОТ}_{\text{абс}} = \text{ФОТ}_{2012} - \text{ФОТ}_{2011} = 27\,182 - 21\,783 = 5399 \text{ тыс. руб.}$$

Таким образом, фонд заработной платы в 2011 году увеличился на 675 тыс. руб., а в 2012 – на 5399 тыс. руб. Далее необходимо рассчитать темпы роста заработной платы персонала компании за 2011 и 2012 годы.

$$\text{Тр}_{3/n2011} = (21\,783 / 21\,108) \times 100 = 103,2; \quad \text{Тр}_{3/n2012} = (27\,182 / 21\,783) \times 100 = 124,8.$$

Следовательно, трудовые ресурсы компании используются не достаточно эффективно. Также в компании проводилось анкетирование, которое позволило получить следующие результаты, представленные в таблице 11.

Таблица 11

Результаты анкетирования персонала компании

Показатель	Ответы			Результаты анализа, %		
	«Да»	«Не уверен»	«Нет»	«Да»	«Не уверен»	«Нет»
Гигиенические факторы						
Удовлетворены ли Вы своим рабочим местом	17	76	88	9,4	42,0	48,6
Удовлетворены ли Вы уровнем социального обеспечения (помощь в уплате кредитов, и других денежных компенсаций) за стаж работы	9	68	104	5,0	37,6	57,5
Вас привлекают условия работы	35	98	48	19,3	54,1	26,5
Вас устраивает Ваш социальный статус	26	78	77	14,4	43,1	42,5
Вы согласны с тем, что на предприятии сложилась благоприятная рабочая обстановка	45	69	67	24,9	38,1	37,0
Отношения с начальством и коллегами носят позитивный деловой характер, Вы всегда можете рассчитывать на понимание	11	83	87	6,1	45,9	48,1
Мотивирующие факторы						
Работа носит интересный характер	26	59	96	14,4	32,6	53,0
Открыты широкие возможности для повышения квалификации	32	49	100	17,7	27,1	55,2
Работа автоматизирована и не затрагивает ручного труда	17	51	113	9,4	28,2	62,4
Ответственность за собственный участок работы	7	19	155	3,9	10,5	85,6
Широкие возможности для достижения ощутимых результатов	3	14	164	1,7	7,7	90,6

Таким образом, в ходе проведённого анкетирования были выявлены следующие недостатки. В результате выяснилось, что большинство работников 48,6% от общей доли – не удовлетворены уровнем своей работы, так как работникам, которые обслуживают большую часть бортовых судов, агрегатов и механизмов, приходится работать вручную, а именно их инвентарь не является механизированным и автоматизированным. 57,5% не устраивает уровень социального обеспечения, а именно работников, которые отработали большое количество времени на данном предприятии, им не предоставляется финансовая помощь.

Но, не смотря на это, стимулирующие факторы на предприятии существуют, как моральные, так и материальные, и в целом показывают относительно неплохие результаты. Большинство работников (55,2%) считают, что для них нет возможностей для повышения квалификации, (62,4%) указывают на то, что работа не носит самостоятельного характера, а более 90,6% не ощущают широких возможностей для достижения ощутимых результатов работы. 85,6% работников предприятия несут ответственность за собственный участок работы.

Таким образом, управление персоналом в компании осуществляется с помощью сочетания административных, экономических и социально-психологических методов управления.

Установленный на предприятии стабильный размер вознаграждений персонала предотвращает увеличение текучести кадров и снижает затраты на поиск новых трудовых ресурсов.

В части использования экономических методов стимулирования в компании имеются резервы усовершенствования процесса управления за счёт усовершенствования системы материального стимулирования персонала за счёт использования новых форм оплаты труда, в частности таких методов, как участие работников в прибыли компании, а также их участие в управлении.

© В.Ю. Злыгостев, 2013

УДК 336

Е.А. Иванова,

магистрант 2 курса Института истории и права,
Хакасский государственный университет имени Н.Ф. Катанова,
г. Абакан, Республика Хакасия, Российская Федерация

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ НАЛОГОВОЙ ПОЛИТИКИ

Эффективное использование налогов в решении социально-экономических проблем невозможно без четко обоснованной

государственной налоговой политики, соответствующей объективным, экономическим, социальным и политическим условиям.

Следует отметить, что при рассмотрении понятия налоговой политики целесообразно, прежде всего, определить сущность понятия «налоговая политика», так как отсутствие ясного и четкого представления о сущности данного термина является одной из возможных причин недостаточной эффективности проводимой налоговой реформы, что в свою очередь, препятствует качественным изменениям в экономической и социальной сферах страны.

В научной литературе нередко понятие налоговой политики рассматривается, по мнению автора, однобоко, сугубо с фискальных позиций, причем трактовки имеют схожий смысл, но отличаются механизмом представления понятия «налоговая политика». Дадим оценку некоторым из них.

Например, в Энциклопедическом словаре содержится следующее определение налоговой политики: «Налоговая политика - система мер, проводимых государством в области налогов и налогообложения. Включает установление круга налогоплательщиков и объектов налогообложения, видов применяемых налогов, величин налоговых ставок и налоговых льгот и т.д.» [1, с. 118].

Считаем, что данное определение не вполне раскрывает смысл понятия налоговой политики в целом. Следует также указать, что налоговые льготы, ставки и объект налогообложения согласно действующему законодательству относятся к элементам налогообложения.

Финансово-кредитный словарь определяет налоговую политику как систему мероприятий, проводимых государством в области налогов; составную часть финансовой политики государства [2, с. 234]. То есть в данном случае содержание и цели налоговой политики обусловлены социально-экономическим строем общества.

Считаем, что данное определение существенно умалет роль налоговой политики, так как она рассматривается лишь как часть финансовой политики. Необходимо отметить, что, прежде всего, это было характерно для периода господства жесткой административной системы управления, когда отрицалась позитивная роль налогов в обществе.

Более обоснованно рассмотрение налоговой политики в широком смысле, с позиций экономической политики государства, представлено в Экономической энциклопедии: «Политика налоговая, часть экономической политики государства, реализуемая с помощью изменения налоговой базы, ставок, льгот и скидок» [3, с. 18]. Однако и это определение, на наш взгляд, не раскрывает в полной мере сущности налоговой политики.

Отдельные авторы пытаются свести налоговую политику лишь к законодательным актам, упуская из виду экономическую роль налогов. Например, отмечается, что «налоговая политика – комплекс правовых

действий органов власти и управления, определяющий целенаправленное применение налоговых законов» [4, с.39].

Достаточно развернутое, по мнению автора, определение налоговой политике предлагает Пансков В.Г. Налоговая политика рассматривается как совокупность экономических, финансовых и правовых мер государства по формированию налоговой системы страны в целях обеспечения финансовых потребностей государства, отдельных социальных групп общества, а также развития экономики страны за счет перераспределения финансовых ресурсов» [5, с. 74]. Автор дает достаточно широкую трактовку налоговой политики, однако роль налогов сведена только к обеспечению финансовых потребностей.

По мнению Д.Г. Черника, налоговая политика представляет собой составную часть экономической политики государства, направленную на формирование налоговой системы, обеспечивающей экономический рост, способствующей гармонизации экономических интересов государства и налогоплательщиков с учетом социально-экономической ситуации в стране [6, с. 113].

С.В. Большаков определяет налоговую политику как «финансовую, бюджетную политику, затрагивающую основу доходной базы всех звеньев бюджетной и хозяйственной системы» [7, с. 80]. Соглашаясь с позицией автора, что налоговая политика является составной частью финансовой и бюджетной политики, мы полагаем, что данное определение все-таки сужает сферу деятельности налоговой политики, кроме того, не совсем понятно, что автор понимает под хозяйственной системой.

По мнению профессоров М.В. Романовского и О.В. Врублевской, налоговая политика «представляет собой систему мероприятий в области налогов и является составной частью финансовой политики» [8, с. 201]. Соглашаясь со вторым утверждением указанных авторов, мы считаем, что подходить к определению налоговой политики необходимо шире, не сводя ее лишь к области налогов. Это замечание можно отметить в отношении определения, которое предлагает А.Ю. Казак, характеризующий налоговую политику как «совокупность государственных мероприятий в области налогов, направленных на достижение стабильности и прогресса экономической системы» [9, с.112].

По нашему же мнению, налоговая политика, прежде всего, должна строиться с учетом сбалансированности интересов различных слоев публичной власти и налогоплательщиков, поиска компромисса между всеми участниками экономических отношений, а не только на основе учета интересов государства, так как это, прежде всего, это заложено в самом понятии «политики» как многообразном мире отношений, деятельности, поведения, ориентации и коммуникационных связей между классами и социальными группами по поводу власти и управления обществом.

Следует отметить, что налоговая политика, реализуемая в рамках государства, является существенной компонентой социально-экономической политики, направленной на достижение экономического роста в стране, что, в свою очередь, должно привести к улучшению уровня жизни населения и созданию благоприятных условий для развития предпринимательства.

На наш взгляд, к числу наиболее удачных определений налоговой политики необходимо отнести определение Н.Г. Лукьяновой, по мнению которой, «налоговая политика - это часть экономической политики государства, представляющая собой комплекс мероприятий по совершенствованию налоговой системы страны на основе стратегической концепции развития налоговой системы» [10, с. 193]. Считаем, что налоговая политика определяет изменение не налоговой системы, а налогообложения как процесса. Также согласны с мнением автора, что налоговая политика должна реализовываться через налоговый механизм.

Таким образом, можно предположить, что налоговая политика включает в себя и решение проблем налогового законодательства и рассмотрение направлений совершенствования налоговой системы в целом.

На основании анализа приведенных выше подходов и мнений к определению налоговой политики, автор предлагает свое определение данной категории, под которой следует понимать совокупность экономических и правовых мер государства при формировании налоговой системы страны в целях обеспечения финансовых потребностей государства, отдельных социальных групп общества, а также развития экономики страны за счет перераспределения финансовых ресурсов.

Иными словами, налоговая политика посредством реализации комплекса мероприятий должна быть направлена на достижение баланса интересов при формировании доходов бюджета всех уровней публичной власти, хозяйствующих субъектов, домашних хозяйств на основе стратегической концепции развития налоговой системы.

Список использованной литературы:

1. Барихин А.Б. Экономика и право. Энциклопедический словарь.- М.: Книжный мир, 2000.
2. Финансово-кредитный словарь. В 3-х т. Т.2. К-П / Гл. ред. В.Ф. Гарбузов.-М.: Финансы и статистика, 1986.
3. Экономическая энциклопедия / Науч.-ред. Совет изд-ва «Экономика»; Ин-т экон. РАН; Гл. ред. Л.И. Абалкин.-М.: Экономика, 1999.
4. Юткина Т.Ф. Налоги и налогообложение.-М.: ИНФРА-М, 2003.
5. Пансков В.Г. Налоги и налогообложение в Российской Федерации.-М.:Книжный мир, 2008.
6. Черник Д.Г., Павлова Л.П., Дадашев А.З., Князев В.Г., Морозов В.П. Налоги и налогообложение.-М.:ИНФРА-М, 2008.

7. Большаков С.В. Финансовая политика государства и предприятия: Курс лекций.-М: Книжный мир, 2002.

8. Налоги и налогообложение.-4-е изд. / Под ред. М.В. Романовского, О.В. Врублевской.-СПб. Питер, 2008.

9. Финансы и кредит / А.Ю. Казак и др.; Под ред. А.Ю. Казака.- Екатеринбург: МП «ПИПП», 2004.

10. Финансовый мир. Вып. 1 / Под ред. В.В. Иванова, В.В. Ковалева.-М.:Проспект, 2006.

© Е.А. Иванова, 2013

УДК 336

Е.А. Иванова,
магистрант 2 курса Института истории и права,
Хакасский государственный университет имени Н.Ф. Катанова,
г. Абакан, Республика Хакасия, Российская Федерация

СУЩНОСТЬ, НАЗНАЧЕНИЕ, ОСНОВНЫЕ ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ НАЛОГОВОГО КОНТРОЛЯ КАК ЭЛЕМЕНТА НАЛОГОВОЙ СИСТЕМЫ

Социально-экономические преобразования, происходящие в стране, развитие предпринимательства, создание новых форм экономической деятельности требуют все более действенного контроля. Эффективность управления во многом определяется использованием контроля в различных его видах, способах и методах проведения. Контроль является одной из основных функций управления экономикой, как в целом, так и отдельных ее секторов.

Глубинные изменения политико-экономической системы России требуют адекватной системы финансового контроля. К числу таких изменений, считаем, следует отнести: переустройство политической системы на основе принципа разделения властей; построение взаимоотношений между центром и регионами на основе принципов федерализма; коренное преобразование отношений собственности.

Государственный финансовый контроль является существенным элементом управления государственными финансами и обязательным условием эффективного функционирования финансовой системы и экономики страны в целом [1, с.202]. Его основная цель - содействие успешной реализации финансовой политики государства в процессе формирования и использования фондов, необходимых государству для выполнения своих функций. От эффективности государственного

финансового контроля в значительной степени зависит экономическое и политическое благополучие государства. Прежде всего, финансовый контроль направлен на проверку своевременности и полноты мобилизации доходов, правомерности и целесообразности расходования государственных средств.

Одной из составляющих финансового контроля является налоговый контроль, охватывающий сферу образования, распределения и использования денежных фондов.

Следует отметить, что в научной литературе понятие «налогового» контроля трактуется неоднозначно. Так, например, В.В. Сашичев рассматривает налоговый контроль как «деятельность уполномоченных органов по контролю за соблюдением налогоплательщиками, налоговыми агентами и плательщиками сборов законодательства о налогах и сборах» [2, с. 115].

Полагаем, что данное определение несколько сужает сложившиеся рамки контрольной деятельности налоговых органов, исключая контроль за выполнением банками обязанностей по исполнению поручений налогоплательщиков и налоговых органов на перечисление соответствующих сумм налогов в бюджетную систему.

По мнению Е.Н. Евстигнеева, налоговый контроль - это установленная нормативными актами совокупность приемов и способов по обеспечению соблюдения налогового законодательства и налогового производства [3, с. 312].

При раскрытии содержания налогового контроля под данным элементом налогового механизма автор понимает совокупность следующих составляющих: наблюдение за подконтрольными объектами; прогнозирование, планирование, учет и анализ тенденций в налоговой сфере; принятие мер по предотвращению и пресечению налоговых нарушений; выявление виновных и привлечение их к ответственности.

Несколько шире, по мнению автора, понятие налогового контроля трактует О.В. Врублевская. По ее мнению, налоговый контроль характеризуется системой мероприятий по проверке законности, целесообразности и эффективности действий по формированию денежных фондов государства на всех уровнях управления и власти в части налоговых доходов; выявлению резервов увеличения налоговых поступлений в бюджет и улучшению налоговой дисциплины; совокупность приемов и способов, используемых органами власти и управления, которые обеспечивают соблюдение налогового законодательства правильность исчисления, полноту и своевременность внесения налогов в бюджет [1, с. 82]. Таким образом, О.В. Врублевская рассматривает налоговый контроль и как совокупность приемов и способов и как систему мероприятий по проверке законности и целесообразности.

В данном случае можно предположить, что автор определяет налоговый контроль как элемент управления налогообложением, являющийся необходимым условием существования эффективной налоговой системы и обеспечивающим обратную связь налогоплательщиков и органов управления, которые наделены соответствующими правами и полномочиями по всем вопросам налогообложения.

По мнению А.И. Пономарева, налоговый контроль следует рассматривать как специализированный надведомственный контроль, как установленную законодательством совокупность методов руководства компетентных органов, обеспечивающих соблюдение налогового законодательства, правильность исчисления, полноту и своевременность внесения налога в бюджет» [5, с. 77].

Иными словами, автор акцентирует внимание на то, что, по его мнению, при осуществлении налогового контроля проверяется не работа учреждений, предприятий, организаций, а исполнение ими правовых предписаний. Прежде всего, контролю присуща активная форма власти, которая позволяет не только выявлять нарушения законности, но и непосредственно устранять их.

А.А. Тедеев рассматривает налоговый контроль как совокупную систему действий налоговых и иных государственных органов по контролю за выполнением фискальнообязанными лицами (в первую очередь налогоплательщиками, плательщиками сборов, налоговыми агентами, кредитными организациями) норм налогового законодательства, являющуюся одним из этапов налогообложения [6, с.34]. В данном случае автор рассматривает налоговый контроль как работу уполномоченных органов по осуществлению надзора за своевременностью, правильностью и полнотой исполнения налогоплательщиком своих налоговых обязательств.

По нашему мнению, изучение вопроса сущности налогового контроля целесообразно рассматривать с нескольких сторон. Прежде всего, налоговый контроль следует исследовать как функцию или элемент государственного управления финансами и экономикой, а также как особую деятельность по исполнению налогового законодательства, осуществляемую уполномоченными органами государственной исполнительной власти, исполнительными органами местного самоуправления, другим уполномоченными лицами и должностными лицами, вытекающую из сущности налоговых отношений.

При таком подходе налоговый контроль, по мнению автора, представляет собой деятельность субъектов, обладающих соответствующей компетенцией, ориентированную на создание действенной системы налогообложения с использованием специальных форм и методов достигать такого уровня исполнения налоговой дисциплины, при котором исключаются или сводятся к минимуму возможные нарушения налогового законодательства.

Полагаем, что основная цель налогового контроля заключается в создании действенного механизма налогового администрирования, направленного на определение своевременности и полноты поступлений в бюджет и внебюджетные фонды всех предусмотренных законодательством налогов и иных платежей при соблюдении сбалансированности интересов общества и налогоплательщиков.

По мнению автора, выполнение основной стратегической цели налогового контроля может быть достигнуто посредством реализации следующих основных задач, зависящих от проводимой государством финансовой и налоговой политики:

- обеспечение экономической безопасности государства при формировании публичных централизованных и децентрализованных денежных фондов;
- обеспечение надлежащего контроля за формированием государственных доходов и рациональным их использованием;
- улучшения и взаимодействия и координации деятельности контрольных органов;
- проверка правильности исчисления, своевременного и полного внесения налогов и сборов в бюджет и внебюджетные фонды;
- пресечение и предупреждение нарушений налогового законодательства;
- возмещение ущерба, причиненного государству в результате нарушения налогового законодательства.

Таким образом, исследуя вопросы сущности и функциональной значимости налогового контроля как элемента налоговой системы, хотелось бы отметить, что налоговый контроль - это система мероприятий по проверке законности, целесообразности и эффективности действий по формированию денежных фондов государства на всех уровнях управления и власти в части налоговых доходов; выявлению резервов увеличения налоговых поступлений в бюджет и улучшению налоговой дисциплины; совокупность приемов и способов, используемых органами власти и управления, которые обеспечивают соблюдение налогового законодательства, правильность исчисления, полноту и своевременность уплаты налогов в бюджет.

Список использованной литературы:

1. Налоги и налогообложение / Под ред. Романовского М.В., Врублевской О.В.-СПб Питер, 2008
2. В.В. Сашичев Статья: Изменения в части первой налогового кодекса: новое в налоговом администрировании («Налоговая политика и практика», 2009 №9)
3. Евстигнеев Е.Н., Викторова Н.Г. Основы налогообложения и налогового законодательства.-СПб.: Питер, 2008

4. Пономарев А.И. Налоги и налогообложение в Российской Федерации. Серия «Учебники, учебные пособия». Ростов н/Д: «Феникс», 2001. 352 с.

5. Тедеев А.А. Налоги и налогообложение: Учебник для ВУЗов.- М.:»Приор-издат», 2006.

© Е.А. Иванова, 2013

УДК 336

Е.А. Иванова,
магистрант 2 курса Института истории и права,
Хакасский государственный университет имени Н.Ф. Катанова,
г. Абакан, Республика Хакасия, Российская Федерация

СПЕЦИФИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ НАЛОГОВОГО КОНТРОЛЯ КАК ИНСТРУМЕНТА НАЛОГОВОГО АДМИНИСТРИРОВАНИЯ

Налоговый контроль представляет собой деятельность субъектов, обладающих соответствующей компетенцией, ориентированную на создание действенной системы налогообложения с использованием специальных форм и методов достигать такого уровня исполнения налоговой дисциплины, при котором исключаются или сводятся к минимуму возможные нарушения налогового законодательства. Основная цель налогового контроля должна заключаться в создании действенного механизма налогового администрирования, направленного на определение своевременности и полноты поступлений в бюджет и государственные внебюджетные фонды всех предусмотренных законодательством налогов и иных платежей при обязательном соблюдении сбалансированности интересов общества и налогоплательщиков.

Для полноценного раскрытия сущности налогового контроля, как инструмента налогового администрирования, целесообразно определить специфические характеристики налогового контроля, среди которых следует выделить:

1. Государственный властный характер. Он обуславливается спецификой налоговых отношений, поскольку налоги - один из атрибутов суверенитета государства, устанавливаемые им в одностороннем порядке.

2. Регламентированность. Налоговый контроль реализуется только в определенных законодательством формах.

3. Независимость и объективность. Субъекты контроля должны обладать законодательной, организационной, финансовой независимостью

от тех, кого они проверяют. Объективность означает достоверность, беспристрастность, исключение предвзятости со стороны уполномоченных органов.

4. Информативность. Налоговый контроль должен быть основан на сборе максимально полной информации о налогоплательщике, умении выбрать для проверки тех из них, которые вызывают наибольшие сомнения в их добросовестности. При этом необходимо в полной мере обеспечить соблюдение законных прав налогоплательщиков (налоговую тайну).

5. Непрерывность. Данный принцип можно рассматривать, во-первых, с точки зрения необходимости обеспечения бесперебойной работы механизма сбора налогов, и, во-вторых, как постоянное совершенствование форм, методов налогового контроля.

В качестве элементов, также способствующих раскрытию сущности налогового контроля, автор считает необходимым рассмотреть и дать оценку принципам организации налогового контроля.

Все принципы организации налогового контроля, по мнению автора, условно можно разделить на общие и специфические.

К первой группе принципов можно отнести общие принципы контрольной деятельности: правомочность; профессионализм; определенность предмета контроля; координация и взаимодействие органов контроля; полнота; превентивность.

Принцип правомочности заключается в осуществлении налогового контроля только соответствующими государственными органами.

Принцип профессионализма означает осуществление контроля лицами, имеющими соответствующую подготовку.

Принцип определенности предмета контроля означает, что предметом контроля может быть только проверка обязательных требований, а также исполнение предписаний органов налогового контроля, заключающихся в проверке правильности ведения налогового учета, проверке правильности исчисления сумм налогов и сборов, проверка своевременности уплаты налогов и сборов, проверка ведения банковских операций, связанных с уплатой налогов, выявление обстоятельств, способствующих нарушению налогового законодательства.

Принцип координации и взаимодействия органов контроля требует, чтобы каждый орган системы налогового контроля выполнял только непосредственно на него возложенные задачи.

Принцип полноты налогового контроля означает, что все виды налогов, а также все налогоплательщики должны быть охвачены системой контроля независимо от объема налоговых платежей.

Принцип превентивности налогового контроля обуславливается одной из важнейших задач контроля - предупреждение налоговых правонарушений.

К специфическим же принципам организации налогового контроля, по мнению автора, следует отнести:

1. Соблюдение процессуальной формы (вытекает из такой особенности налогового контроля, как регламентированность). Сущность принципа заключается в том, что никто не может быть привлечен к ответственности иначе, чем по основаниям и в порядке, предусмотренном налоговым законодательством. Виновность налогоплательщика должна быть доказана в предусмотренном законом порядке.

2. Презумпция невиновности налогоплательщика. Содержание данного принципа заключается в признании невиновности налогоплательщика до тех пор, пока его виновность не будет установлена вступившим в силу решением суда.

3. Презумпция правоты налогоплательщика. Сомнения, которые являются следствием неустрашимых противоречий и неясностей в налоговом законодательстве, толкуются в пользу налогоплательщика (косвенно выражает право налогоплательщика на налоговое планирование).

4. Соблюдение налоговой тайны. Предусматривается ответственность за разглашение налоговой тайны: специальный режим хранения и доступа к сведениям, составляющим налоговую тайну, право налогоплательщика требовать соблюдения налоговой тайны, обязанность налоговых органов соблюдать налоговую тайну.

5. Обеспечение приемлемого сочетания фискальной и регулирующей направленности налогового контроля (принцип недопущения вреда налогоплательщику). Данный принцип необходимо рассматривать, во-первых, с точки зрения учета возможности определенного взаимодействия фискальной и регулирующей направленности налоговой системы (доначисления, санкции по результатам налоговых проверок не должны разорять налогоплательщика). Во-вторых, законодательство устанавливает ответственность налоговых органов за убытки, причиненные налогоплательщику вследствие неправомерных действий их должностных лиц.

Таким образом, применение предлагаемых автором специфических характеристик сущности налогового контроля позволит создать наиболее действенный механизм налогового администрирования, который был бы направлен на достижение основной цели - определение своевременности и полноты поступлений в бюджет и государственные внебюджетные фонды всех предусмотренных законодательством налогов и иных платежей при обязательном соблюдении сбалансированности интересов общества и налогоплательщиков.

© Е.А. Иванова, 2013

В.М. Игнатъев, Е.С. Болдырева,
доцент, канд. техн. наук; студентка 4 курса,
Южно-Российский государственный технический университет (НПИ),
г. Новочеркасск, Российская федерация

ВЫБОР ОБЪЕКТА ИГРОВЫМ МЕТОДОМ

Проведём выбор объекта в условиях полной неопределённости, когда не заданы условия предпочтения одного показателя над другим показателем [1]. Число показателей, которые характеризуют альтернативные объекты, равно m . Число рассматриваемых альтернативных объектов обозначим через n . Значение j -го показателя у i -ого объекта равно

$$X_{ij}, \quad i = \overline{1, n}, \quad j = \overline{1, m}, \quad (1)$$

где X_{ij} – величина показателя; i – индекс объекта; j – индекс показателя.

Показатели альтернативных объектов образуют матрицу показателей \mathbf{X} (1). Показатели имеют различную размерность, физическую природу и выражаются различными числовыми значениями. Для сравнения всех показателей между собой желательно иметь показатели одинаковой размерности или иметь безразмерные величины со значениями от 0 до 1, которые называют рандомизированными (указывающие не на случайность получения показателя, а на то, что он принимает значение от 0 до 1). Стратегия выбора объекта по определенному показателю бывает заранее известна, поэтому значения показателей можно привести к рандомизированному виду с помощью следующих формул.

Для показателя с положительным эффектом действия на объект, когда желательно иметь максимальное его значение, показатель

$$\text{рассчитывается по формуле: } a_{ij} = \frac{X_{ij}}{\max_{i=\overline{1, n}} X_{ij}}, \quad i = \overline{1, n}, \quad j = \overline{1, m}. \quad (2)$$

Для показателя с отрицательным эффектом действия на объект, когда желательно иметь минимальное его значение, производит вычисление

$$\text{по формуле: } a_{ij} = \frac{\min_{i=\overline{1, n}} X_{ij}}{X_{ij}}, \quad i = \overline{1, n}, \quad j = \overline{1, m}. \quad (3)$$

Значения матрицы $A = \{X_{ij}, \quad i = \overline{1, n}, \quad j = \overline{1, m}\}$, полученной с помощью формул преобразования (2) и (3), принимают значения отрезка $[0,1]$ и рассматриваются в дальнейшем как вероятности событий игры.

Весовые коэффициенты каждого показателя объекта q_j , $j = \overline{1, n}$ можно определить с использованием метода экспертного оценивания по k -бальной шкале j -го показателя. Весовые коэффициенты показателя вычисляются по формуле:

$$q_j = \frac{Q_j}{\sum_{i=1}^m Q_i}, \quad (4)$$

где j – оценка j -го показателя по k -бальной шкале оценки.

Аддитивный критерий оценки эффективности объекта с весовыми коэффициентами рассчитывается по формуле:

$$K_{li} = \sum_{j=1}^m q_j \cdot a_{ij}, \quad i = \overline{1, n}. \quad (5)$$

Среднее значение критерия (5) называют критерием Лапласа

$$K_{li} = \frac{1}{m} \cdot \sum_{j=1}^m q_j \cdot a_{ij}, \quad i = \overline{1, n}.$$

Когда суммарный уровень снижения показателя или показателей объекта не превышает суммарного уровня увеличения критерия объекта, т. е. для более значительного влияния показателей на значение критерия предлагается мультипликативный критерий эффективности объекта:

$$K_{2i} = \prod_{j=1}^m a_{ij}^{q_j}. \quad (6)$$

Значения показателей отрицательного эффекта должны быть не равными нулю, в противном случае критерий (6) будет равен нулю. Можно объединить аддитивный критерий (4) и мультипликативный критерий (6) в один обобщенный критерий:

$$K_{3i} = \frac{\gamma}{m} \cdot \sum_{j=1}^m q_j \cdot a_{ij} + (1 - \gamma) \cdot \prod_{j=1}^m a_{ij}^{q_j}, \quad i = \overline{1, n}, \quad (7)$$

где γ – коэффициент влияния аддитивной части критерия, при $0 \leq \gamma \leq 1$.

Относительный разброс рандомизированного значения каждого показателя a_{ij} сильно влияет на величину критерия эффективности для оценки при выборе объекта, вычисляемую по формулам (5)÷(7).

При выборе объекта необходимо знать приоритеты или весовые коэффициенты каждого показателя или иметь строгое их упорядочение. Весовые коэффициенты показателей объекта, полученные эмпирически или методом экспертных оценок, в критериях (5)÷(7) являются субъективной

величиной оценки. Матрица цен игры C подобна и получается из матрицы ранжированных значений показателя $A = \{a_{ij}\}$ путем следующих действий:

для показателей с положительным эффектом $c_{ij} = a_{ij}^2$;

для показателей с отрицательным эффектом $c_{ij} = a_{ij}^3$.

Возведение ранжированных значений показателей в соответствующие степени позволяет усугубить значения цены игры c_{ij} .

Оптимальная стратегия выбора объекта или оценка игры может определяться: – аддитивным критерием:

$$P_1 = \max_{i=1,n} \sum_{j=1}^m c_{ij}, \quad (8)$$

– мультипликативным критерием: $P_2 = \max_{i=1,n} \prod_{j=1}^m c_{ij}, \quad (9)$

– критерием Вальда: $P_3 = \max_{i=1,n} \min_{j=1,m} c_{ij}, \quad (10)$

– критерием Сэвиджа: $P_4 = \min_{i=1,n} \max_{j=1,m} (\max_{i=1,n} c_{ij} - c_{ij}), \quad (11)$

– критерием риска Гурвица:

$$P_5 = \max_{i=1,n} [\lambda \cdot \min_{j=1,m} c_{ij} + (1 - \lambda) \cdot \max_{j=1,m} c_{ij}], \quad (12)$$

где λ – вес минимального значения показателя цены игры, $0 \leq \lambda \leq 1$.

В критериях игры (8), (9) при выборе предпочитаемого объекта используются значения только одного показателя, одного элемента цены игры. Согласно критерию (10) игра ведётся как с агрессивным противником, делающим все для того, чтобы помешать достигнуть успеха.

Критерий Вальда олицетворяет позицию крайнего пессимизма. Если руководствоваться этим критерием, надо всегда ориентироваться на худшие условия, зная наверняка, что хуже этого не будет. Критерий Вальда называют перестраховочным. Критерий Сэвиджа (11) указывает, что значимость цены игры является величиной ущерба или риска при выборе объекта. Величина ущерба не превосходит его максимального значения по всем рассматриваемым системам. Критерий Сэвиджа называют критерием минимального риска, т.е. критерий ориентируется на величину риска. Сущность оптимизации по критерию Сэвиджа – возможность избежать большого риска при принятии решения. С помощью критерия Гурвица (12) оценивается взвешенное среднее из суммы минимального и максимального показателей, которые характеризует объект. Критерий Гурвица (12) является промежуточным между критериями успеха (8), (9) и критериями риска (10), (11). Критерий Гурвица называют критерием пессимизма-оптимизма.

Значения выбора объекта по этому критерию совпадает с выбором критериев успеха (аддитивного, мультипликативного) или с выбором критериев Вальда и Гурвица. Выбор критерия принятия решения или построения нового критерия является субъективным фактом, но всегда позволяет оценить объект по совокупности его показателей.

В качестве одного из эффективных критериев выбора объекта предлагается использовать Евклидово расстояние до идеального объекта. Идеальный объект – объект, имеющий все координаты равные единицы. Рандомизированная матрица Сэвиджа представляет собой по координатное расстояние от точки объекта до идеального объекта, где каждая координата меньше единицы. Предлагаемый критерий имеет следующий вид

$$P_6 = \min_{i=1,n} \sqrt{\sum_{j=1}^m s_{ij}^2}, \text{ где } s_{ij} - \text{элемент матрицы Сэвиджа.}$$

Критерий P_6 работает в m -мерном пространстве параметров выбора.

Критерий риска Ходжа-Лемана объединяет аддитивный критерий и

критерий Вальда $P_7 = \max_{i=1,n} [\lambda \cdot \min_{j=1,m} c_{ij} + (1 - \lambda) \cdot \sum_{j=1}^m c_{ij}]$,

где λ – вес минимального значения показателя цены игры, $0 \leq \lambda \leq 1$.

Используя матрицу C в качестве исходной для выбора объекта, можно применить метод главных компонент из прикладной многомерной статистики для построения критерия выбора, который является линейной комбинацией коэффициентов собственных векторов латентных показателей, построенных на ковариационной матрице [2].

Выбор критерия принятия решения или построения нового критерия является субъективным фактом, но всегда позволяет оценить объект по совокупности его показателей.

Решение задачи выбора объекта игровым методом позволяет исключить некоторые показатели, характеризующие объекты, оценить влияние количественных и качественных показателей, указать условия предпочтения между показателями, т. е. не только выбрать объект, но и сформировать эффективную систему показателей. Игра по выбору объекта выделяет значимость показателя, позволяет упорядочить показатели по степени значимости. Значимость показателей, выраженная весовыми коэффициентами, определяемыми по (4), позволяет производить выбор в условиях частичной неопределенности.

Задачу выбора объекта следует решать в следующей последовательности: выбор в условиях неопределенности, упорядочение показателей и использование критериев эффективности, ввод уточненных цен игры и выбор в условиях частичной определенности. По предложенной методике были проведены выбор показателей систем хозяйственного и

системного водопользования, также комплексов машин и оборудования, используемых при строительстве и реконструкции оросительных систем [3].

Список использованной литературы:

1. Ларичев О.Н. Теория и методы принятия решения, а также Хроника событий в Волшебных странах: учебник / О.Н. Ларичев. – М.: Логос, 2000. – 396 с.
2. Айвазян С.А. Основы эконометрики: учебник для вузов в 2-х т. / С.А. Айвазян. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001. – Т. 2. – 432 с.
3. Волосухин В.А. Оптимизация решений в водохозяйственном строительстве / В.А. Волосухин, В.М. Игнатъев, И.А. Русин. – Ростов-на-Дону: Изд-во СКНЦВШ, 2003. – 136 с.

© Е.С. Болдырева, В.М. Игнатъев, 2013

УДК 336

М.И. Коваленко,

студентка 4 курса международного экономического факультета,

Хабаровская государственная академия экономики и права,

г. Хабаровск, Российская Федерация

ПЛАНОГРАММА – ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ ОПТИМИЗАЦИИ ВЫКЛАДКИ ТОВАРА

На сегодняшний день производители и дистрибьюторы товаров стараются воспользоваться современными и рациональными способами усовершенствования и упрощения торгово-технологического процесса. В зависимости от этапа всего процесса товародвижения и типа, масштаба коммерческого предприятия, используются различные способы облегчающие процесс управления товарами с максимальным эффектом. Количество новых торговых марок растет гораздо быстрее, чем площади торговых точек. Для организации успешной торговли, повышения розничных продаж, эффективного использования торгового оборудования, выкладку и размещение товара необходимо планировать заранее. Выкладка товара не всегда одинакова. В разных местах её стандарты могут различаться и, тем самым, противоречить правилам. Для того чтобы исключить такую ситуацию, в розничной торговле, современные предприниматели используют планограммы. К сожалению, также для многих предпринимателей данная процедура совершенно не знакома. Так что же такое планограмма? Планограмма – это план-схема выкладки товара на конкретном торговом оборудовании магазина и комментарии к выкладке. Планограмма представляет собой схематичное изображение размещения

товаров на стеллажах в соответствии с действующими в компании принципами выкладки. Планограмма выполняет несколько функций одновременно. Во-первых, схематическое изображение используется мерчендайзером для выкладки в соответствии с прописанными в мерчендайзинг-буке (мерчендайзинг-бук – корпоративный документ, положения которого регламентируют работу поставщиков и ритейлеров) стандартами. Во-вторых, благодаря плануграмме контролируется выполнение взаимных обязательств продавца и поставщика. Кроме того, от точного, неукоснительного соблюдения профессионально составленной плануграммы во многом зависит эффективность продвижения товара. У каждого магазина есть свой торговый зал и своя конкретная площадь. Именно в нем устанавливают оборудование и стенды, на которых расписана плануграмма магазина и вся необходимая информация по продукции и поставщикам. Естественно, фирмы-поставщики заинтересованы в удобном и комфортном для покупателя размещении продаваемой продукции. При наличии плана можно сэкономить время при выкладке товаров для показа покупателям. Планограмма не только позволяет увеличить товарооборот в магазине, но и дает возможность магазину зарабатывать на продаже выгодных мест поставщикам. Ежемесячно поставщики выплачивают определенную сумму денег за возможность позиционирования своего товара на торговой площадке магазина. За каждую дополнительную единицу оборудования с поставщика также взимается сумма денег, которую прописывают в заключаемых договорах. Вкладываемая сумма денег и условия позиционирования товара прямым образом влияют на местонахождение в плануграмме. По сути, плануграмма представляет собой зарезервированное поставщиком место с оговоренными позициями товара. Выкладка товаров — это один из наиболее важных привлекающих моментов и значимых инструментов стимулирования сбыта. Находясь, в каких-то крупных магазинах мы очень редко задумываемся над тем, почему тот или иной товар расположен именно в том месте магазина, где мы его покупаем. Когда человек находится в огромном торговом пространстве, возможность задуматься об этом полностью исчезает. Зачастую, именно благодаря плануграмме, в наших корзинах появляются незапланированные, ненужные нам мелочи. Рациональное размещение продукции способствует стимулированию покупательского потока и значительно экономит время обслуживания посетителей. Постоянные покупатели быстро находят необходимый им товар, так как знают место его расположения. Выкладка товаров может решать следующие основные задачи:

- способствовать распределению познавательных ресурсов покупателя;
- предопределять уровень обзора и привлекательность товара для покупателя;
- способствовать формированию более тесных взаимоотношений между товарами и покупателями;

- создавать условия для «перекрестного мерчандайзинга», при котором «товары-продавцы» наиболее полно используют свой потенциал по продаже дополняющих товаров, товаров импульсивного и пассивного спроса;
- создавать предпочтительные условия для отдельных товаров и торговых марок;
- способствовать достижению конкурентных преимуществ розничного ритейлера.

Важным фактором является интерес поставщика, который прямым образом отражается на составляемой планограмме. Каждый работник компании, приходя на торговую точку, внимательно следит за расположением товара своей фирмы, и то, как он разложен у конкурентов. В среднем, планограммы претерпевают изменения 3-4 раза в год. В некоторых торговых точках изменения происходят чаще. Как правило, за это отвечают продавцы магазина. При создании эффективной планограммы прежде всего необходимо четко поставленная задача, концепция как одной полки, так и целого магазина. Необходимо определить какой вид выкладки будет использоваться для определенного вида товара, где он будет выложен. Ведь, видов расположения изделий много: на прилавках, отдельных стендах, полках, поддонах, корзинах, специальных коробах и иных приспособлениях. Какой бы ни была выкладка, она должна быть привлекательной, устойчивой, иметь наглядность и побуждать к желанию приобрести товар. Для этого следует при размещении желанного ассортимента на полках продаж сделать товар более заметным, нежели у конкурентов, заинтересовать, привлекая внимание, убедить покупателя выигрышной дополнительной информацией, создать удобство и доступность при поиске и физическом контакте, находить все новые решения.

Для успешного использования выкладки товаров в целях магазина (повышение объема продаж), нужно соблюдать принципы выкладки. Главными из них являются: хороший обзор товара, доступность товара для покупателя, заполненность полок для создания эффекта изобилия, привлекательность упаковки (товары в яркой красивой упаковке продаются быстрее), определенное место на полке для определенного товара. Грамотно расставить товар — это искусство, стратегия которого должна быть просчитана и обдумана заранее. Удачно разработанная и поддерживаемая в порядке выкладка всегда способствует приобретению покупателем товара.

Управления торговым пространством не существует без двух составляющих: анализа продаж и создания планограмм.

© М.И. Коваленко, 2013

Е.С. Козак,
магистрантка 2 курса направления
«Банки и банковская деятельность»,
ФГБОУ ВПО «ТюмГУ», ИПЭУ,
г. Тюмень, Российская Федерация

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ БАНКОВСКОГО КРЕДИТОВАНИЯ В РОССИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Генезис отечественной финансовой системы и ее отдельных сфер выявил одну из наиболее значимых и трудно решаемых проблем - формирования в России стабильной и эффективной банковской системы, одной из функций которой является аккумулятивное и распределение капитала в целях динамичного и сбалансированного развития экономики.

Полноценное развитие банковской инфраструктуры рыночного хозяйства выступает важным фактором роста национальной экономики. Развитая банковская система способствует формированию основной массы инвестиционных ресурсов, а общество получает инструмент их эффективного использования для развития национальной экономики.

Исследования современного состояния и динамики развития системы банковского кредитования позволили прийти к выводу о том, что в нынешних условиях банки, являющиеся основным гарантом финансового благополучия граждан испытывают трудности и для решения неотложных проблем выхода из кризиса, необходима активизация деятельности коммерческих банков и совершенствование ее инструментария.

Для коммерческих банков особо значимыми являются такие условия эффективной деятельности, как обеспечение возвратности кредитов, повышение прибыльности, поддержание ликвидности, снижение банковских рисков [1].

Люди, имеющие сбережения, подчас не находят надежного способа их приумножить. Деньги либо обесцениваются при недостаточно высоких депозитных ставках, либо тратятся по пустякам без серьезных перспектив на будущее. Последний случай, когда вкладчики забирают средства, сокращает банковские активы, и у банков начинаются проблемы с ликвидностью.

Одной из главных проблем современного банковского кредитования являются кредитные риски. Формы их проявления взаимосвязаны между собой. Банк должен бороться за возврат кредита любыми способами. Это предполагает, что в случае невозврата ссуды он предпринимает ряд мер, направленных на полную или частичную компенсацию (отчуждение залога и его реализация, продажа кредитного актива с дисконтом, иные способы компенсации потерянной ссуды). В результате проявление кредитного риска трансформируется из невозврата кредита в убыток, упущенную выгоду или

недополучение дохода. Такой методологический подход позволяет банку-кредитору в случае угрозы или уже наступившего факта невозврата ссуды последовательно добиваться определенной компенсации потерь, обязывает его в подобной ситуации проявлять гибкость, находя способы уменьшения убытков от неудачной кредитной сделки. Золотое правило банковского кредитования: постоянно работать с опасными и невозвращенными ссудами, пытаясь при этом превратить полный невозврат кредита в меньший убыток, а последний – в недополучение дохода.

Также можно выделить проблему частой сменяемости ставки рефинансирования, которая отражается соответственно на размерах выдаваемых кредитов и условиях их предоставления. Повышение ставки рефинансирования ведет к росту процентных ставок на финансовом рынке (т.е. к росту стоимости межбанковских кредитов и депозитов) и может проявляться как процентный кредитный риск. Если ставка рефинансирования ЦБ меняется в сторону увеличения в течение срока действия кредитного договора, то это может привести к недополучению дохода или убытку от конкретных кредитных операций.

Может привести к проблемам в области кредитования также и изменение ставки отчислений в Фонд обязательного резервирования Банка России (ФОР), которое также усиливает процентные кредитные риски. Повышение ставки ФОР ведет к росту процентных ставок за кредит, поскольку увеличивает в структуре цены кредита долю неприбыльных активов (каким является ФОР), увеличивает разрыв между ставками по привлечению.

Можно сказать об отсутствии унифицированной методики определения надежности финансового положения заемщика и практики организации кредитования в банках. С учетом современного состояния банковской системы, необходима оценка не только расчета платежеспособности заемщика, но и судебной перспективы, позволяющая точнее прогнозировать вероятность возврата заемных средств в случае неисполнения долговых обязательств.

Важной является проблема привлечения банками средств для долгосрочных ипотечных кредитов, которая в мировой практике решается в рамках двух основных моделей: депозитарной (привлеченные средства клиентов помещаются на расчетные счета депозиты) и ипотечной (продажа долговых и заемных обязательств на вторичном рынке частным инвесторам). Оба источника мобилизации финансовых ресурсов могут быть использованы в рамках одного кредитного института, но отличаться по способу привлечения и срокам согласования с активными операциями по долгосрочному кредитованию. Для формирования механизма развития ипотеки в России более приемлема модель построения вторичного ипотечного рынка, функционирующая во многих странах как одноуровневая система, осуществляющая рефинансирование непосредственно за счет

выпуска ипотечным банком закладных листов, хорошо обеспеченных и обладающих высшей степенью надёжности.

Вместе с тем рынок нестабилен, отсутствует объективная оперативная информация о его деятельности, законодательство и налоговая система несовершенны, инфляция непрогнозируема, имеется дефицит квалифицированных консультантов, существенная нехватка источников фондирования.

Таким образом, можно сделать вывод, что недостаточная устойчивость системы современного банковского кредитования обусловлена, в значительной мере, отсутствием эффективных методик оценки состояния платежеспособности заемщика, при наличии дисбаланса между интересами субъектов банковского сектора экономики и потребителями банковских услуг, что проявилось в условиях и параметрах кредитования. Банки в течение продолжительного периода вынуждены были действовать в условиях инфляции, низких доходов населения, отсутствия рефинансирования банков и государственной стратегии развития системы кредитования. На протяжении последних лет наиболее массовое потребительское кредитование, зачастую, не имело достаточного залогового обеспечения, что привело к необходимости изменения политики резервирования, ужесточение которой, чревато влиянием на критерий достаточности капитала банка, а смягчение – обострением проблем банковского сектора.

Перспективное развитие системы кредитования коммерческих банков должно базироваться на формировании целостной структуры ее организации, которое необходимо вести в формате взаимодействия финансовых институтов и государственных органов с использованием следующих инструментов: учреждение процентной премии для заемщиков, привлечение долгосрочных денежных средств, субсидирование первоначального взноса по отдельным видам кредитов и группам заемщиков за счет целевого использования бюджетных средств, создание единой сети информационной базы кредитной системы, совершенствование нормативно-правовой базы, использование новых технологий обеспечения залоговых и страховых инструментов [2].

Модернизация системы кредитования коммерческих банков должна быть ориентирована на законодательное закрепление преференций для банков, активно кредитующих реальный сектор экономики в виде более низких отчислений в резервные фонды, изменения в очередности платежей, введения льгот в налогообложении. Для компенсации выпадающих платежей от вышеуказанных преференций, можно применять повышенные ставки налогообложения по спекулятивным банковским операциям. Повышению концентрации банковского капитала, укреплению региональной сети кредитных организаций должно служить инициирование слияний и объединений банковских учреждений, включая принятие мер

принуждения (с ограничением преобладающей сейчас финансовой поддержки со стороны Минфина России, и Банка России) к их передаче в управление устойчиво функционирующим банкам.

Список использованной литературы:

1. Абрютин М.С., Грачев А.В. Анализ финансово-экономической деятельности организации: Учеб. Пособие.3-е изд. - М.: Дело и сервис, 2010. - 265 с.
2. Ежедневный финансовый журнал <http://www.daily-finance.ru/>.

© Е.С. Козак, 2013

УДК 330.322 (477):330 (47):332.135

М.О. Коротышева, Н.А. Коновалова,
студентки 2 курса экономического факультета,
Орловский государственный аграрный университет,
г. Орел, Российская Федерация

УКРАИНСКИЕ ИНВЕСТИЦИОННЫЕ ПРОЕКТЫ В РОССИИ – ИНТЕНСИВНЫЙ ПУТЬ К ИНТЕГРАЦИИ

Ключевые слова: прямые иностранные инвестиции, инвестиционные проекты, Россия, Украина.

В настоящее время, по общему объему капиталовложений в российскую экономику среди стран СНГ Украина занимает второе место, однако, если сделать поправку на масштабы украинской экономики (по номинальному ВВП Украина находится на третьем месте среди стран бывшего СССР, уступает только России и Казахстану), можно с уверенностью констатировать, что украинские инвестиции в Россию чрезвычайно малы. Это объясняется целым рядом причин - сложностями в российско-украинских отношениях, наличием тесных инвестиционных связей с другими странами (например, Грузией и Молдавией), незнанием особенностей ведения бизнеса в России и т.п.

Более или менее систематические попытки инвестиционного освоения российского рынка предпринимались украинскими предприятиями пищевой промышленности и розничной торговли, однако даже в этих областях многие проекты потерпели неудачу, не выдержав конкуренции с российскими производителями. В этом плане показательна история с сетью продуктовых магазинов «Сільпо» в Москве и в других крупных городах России, в которые украинская компания «Fozzy» в 2002 году планировало инвестировать до 50 млн. долл. Однако вскоре обнаружилось, что товары,

предлагаемые в московском магазине, у покупателя не пользуются спросом. Связано это было с тем, что «Сільпо» не удалось найти свою нишу на российском рынке. Вместо того чтобы сосредоточиться на продаже украинских продуктов, компания предложила широкий спектр товаров от производителя из разных стран (т.е. стала действовать по той же схеме, что и у себя на родине) и в результате не могла конкурировать с другими поставщиками [1, с. 55-56].

Провал на российском рынке резко контрастирует с инвестициями в Молдавии, которая оказалась настоящим золотым дном для украинского ритейла. На территории этой страны успешно действует принадлежащий украинцам сети магазинов «Велика Кишеня», Fouchette и Foxtrot, торгующие продуктами питания и бытовой техникой.

Не всегда удачными были украинские инвестиции в ликероводочную промышленность. В 2005-2006 годах производитель спиртных напитков «Союз-Виктан» пытался закрепиться на российском рынке за счет инвестиций в Подмоскowie, однако после банкротства компании в 2009 году проект был свернут. Инвестиции другой ликероводочной компании, корпорации «Немирофф», напротив, полностью оправдали возложенные на них ожидания: благодаря вложениям в ЛВЗ «Ярославский», она до сих пор остается активным игроком на российском рынке. Однако сумма инвестиций корпораций в ЛВЗ сравнительно небольшая (около 2 млн.долл.), и запуск производственной линии был проведен без приобретения права собственности.

Пожалуй, главный успех украинских инвесторов в сфере производства продуктов питания в России – это приобретение липецкой кондитерской фабрики «Ликонф» корпорацией «Рошен», входящие в концерн «Укрпром инвест». Объем капиталовложений составил около 100 млн. долл. В 2013 году планируется дальнейшая экспансия компании на рынке кондитерских изделий и строительства новой фабрики. Аналогичный проект, но меньшего масштаба, был реализован компанией «Конти», потратившей 18-20 млн. долл. на покупку Курского кондитерского комбината.

На долю украинских компаний приходится самые большие среди стран СНГ капиталовложения в российскую тяжелую промышленность и добычу топливно-энергетических полезных ископаемых. Лидерство в этой области принадлежит концерну «Энерго» во главе с украинским бизнесменом В. Нусенкисом, который завладел угольной компанией «Заречная»[3]. В ее состав, по данным на начало 2012 года, входят обогатительная фабрика, 6 угледобывающих и ряд вспомогательных предприятий. Первый из активов был приобретен в 1998 году, а последний на сегодняшний день – шахта «Октябрьская» - в 2009 году, в самый разгар экономического кризиса. Общий объем капиталовложений в этот проект превышает 300 млн. долл., хотя большая их часть – это реинвестиции доходов от продажи угля.

Другая крупная украинская корпорация, «Индустриальный союз Донбасса» в 2007 году приобрела металлопрокатный завод в Армавире, заявив о намерение инвестировать в производство до 250 млн.долл. Однако в связи с кризисом этот проект был сначала заморожен, а затем возобновлен, но уже в урезанном формате и в партнерстве с краснодарской промышленной группой «Седин». Еще одна значимая инвестиция в этой отрасли – покупка группой «Приват» Алапаевского металлургического завода – объяснялось не стремлением извлечь прямую экономическую выгоду, а желанием ее владельцев И. Коломойского одержать верх над главным конкурентом по ферросплавному бизнесу – В. Пинчуком. Как только необходимость в этом отпала, завод был продан по цене, которая не превышала стоимости покупки [2].

Самым затратным из проектов, намеченных в России украинскими инвесторами, но так и не осуществленных стала строительство корпорацией «Богдан» завода по производству автомобилей в Борском районе Нижегородской области. По предварительным планам, к 2009 году завод должен был начать выпуск первых автомобилей, а на полную мощность выйти к 2011 году. Инвестиции в его строительство планировались в размере 600 млн. долл., но в связи с экономическим кризисом в 2008 году проект был заморожен.

Таким образом, рассмотрение основных инвестиционных проектов показывает, что украинские предприниматели в принципе готовы к капиталовложениям, связанным с большими финансовыми затратами и высоким уровнем риска. Кроме того, на Украине существует достаточное количество больших концернов, которые стремятся к активной экспансии за рубеж. Однако на сегодняшний день их проникновение на российский рынок ограничивается небольшим количеством по большей части не слишком успешных проектов, и украинские инвестиции остаются незначительными.

На наш взгляд, перспективы дальнейшего наращивания прямых капиталовложений из Украины, в немалой степени будет зависеть от интенсивного хозяйственного взаимодействия с Украиной, остающейся за пределами создаваемого Евразийского экономического союза. Вместе с тем юридически оформленная региональная интеграция – лишь своеобразный «мобилизационный» фактор наращивания взаимный прямых иностранных инвестиций, тогда так база для экспорта капитала определяется экономическими и политическими процессами, происходящими внутри соответствующих государств.

Список использованной литературы:

1. Квашин А. В., Кузнецов В. Г. Прямые инвестиции стран СНГ в России //Мировая экономика и международные отношения. - №1. – 2013. – 46-56 с.

2. Кондратьев В. Б. Сотрудничество Украины и России. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://news.finance.ua/ru/2/0/all/2012/02/27/229329> (25.05.2013).

3. Королев И. С. Доля украинских компаний в российскую тяжелую промышленность. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [http://www.forbes.ru/ekonomika/lyudi/73239_\(25.05.2013\)](http://www.forbes.ru/ekonomika/lyudi/73239_(25.05.2013)).

© М.О. Коротышева, Н.А. Коновалова, 2013

УДК 336.77.01

Р.В. Косенко,
магистрант 2 курса кафедры финансов
Новосибирского государственного университета
экономики и управления «НИНХ»,
г. Новосибирск, Российская Федерация

УПРАВЛЕНИЕ КРЕДИТНЫМИ РИСКАМИ В ПРОЦЕССЕ ФИНАНСИРОВАНИЯ ЮРИДИЧЕСКОГО ЛИЦА КОММЕРЧЕСКИМ БАНКОМ

В статье рассмотрены существующие методики оценки кредитных рисков, а также предложена модель оценки, которая позволяет банку рассмотреть реальную платежеспособность заемщика.

Ключевые слова: кредитный риск, управление кредитным риском, платежеспособность заемщика, методика оценки кредитного риска.

В настоящее время для развития российского банковского сектора важно формировать качественный кредитный портфель с учетом надежных методов оценки риска при кредитовании заемщика.

Современная практика кредитования основывается на том, что российские банки осуществляют процесс кредитования на основе разных методологических баз. Коммерческие банки, основываясь на накопленном опыте, создают персональную методику кредитования заемщика. В банках, как правило, структура рассмотрения кредита для заемщиков – мало в чем имеет отличия. Однако важное отличие в процессе выдачи кредита заключается в принятии решения о предоставлении или отказ от предоставления кредитных средств заемщику, т.е. в различной идентификации уровня риска, основанного на различных методах оценки платежеспособности заемщика. Поэтому положительный результат, может быть, достигнут только при взвешенном анализе степени риска в момент принятия решения о выдаче кредита.

В период с 2009 г. по 2010 г. качество кредитного портфеля банковского сектора резко упало. На основании отчета о развитии

банковского сектора и банковского надзора ЦБ РФ, доля проблемных ссуд увеличилась за 2009-2010 г. с 1,7% по 3,1%; доля безнадежных ссуд показала 6,5% по состоянию на конец 2010 г. вместо 2,1% на начало 2009 г. Именно поэтому правильная оценка риска, принимаемого банком, особенно важна, следовательно кредитный риск - главный фактор, влияющий на качество и структуру совокупного банковского портфеля, а его управление - необходимая часть работы банковской деятельности и развития коммерческого банка.

Методы управления рисками в российских коммерческих банках, основаны на теориях и практиках зарубежных развитых стран. Основные из них: избежание риска, минимизация и принятие риска.

Избежание риска, как правило, применяется в начале кредитного процесса организации в банке, т.е. на этапе оценки платежеспособности клиента и установление категории качества будущей ссуды. Под платежеспособностью клиента, следует подразумевать возможность гасить ссудную задолженность без просрочек и в установленный срок. Оценка платежеспособности подразумевает собой проверку банком заемщика с позиции целесообразности предоставления кредита. Она показывает вероятность возврата кредита и выплаты по нему процентов.

Методики проведения оценки клиента в коммерческих банках основываются на совокупном применении, как финансовых, так и нефинансовых критериев. Конечно, при оценке юридических лиц данные показатели имеют более сложную методологию, чем при оценке физических лиц. Одним из основных нормативных документов, который регламентирует оценку качества ссуд и категории риска - Положение 254-П «О порядке формирования кредитными организациями резервов на возможные потери по ссудам, по ссудной и приравненной к ней задолженности» было принято Банком России 26 марта 2004 года и вступило в силу с 1 августа 2004 года. Данный документ показывает, что оценка кредитного риска производится по результатам анализа финансово-хозяйственной деятельности заемщика с учетом его финансового состояния, а также по всей находящейся в распоряжении Банком информации обо всех возможных рисках клиента, в том числе информация о других обязательствах клиента, о текущей и перспективе функционирования рынка, где осуществляет свою деятельность клиент.

В российской практике минимизации кредитных рисков используются, как правило, следующие методы:

- рационалирование кредитов (определение процентной ставки, которая учитывает специфические риски и факторы заемщика; определение суммы и срока кредита; график погашения кредита; залоговое обеспечения, его вид, стоимость и ликвидность);

- создание резервов на возможные потери по сомнительным и проблемным ссудам;

- диверсификация кредитного портфеля;
- структурирование кредитов.

Рассмотрим метод рационарования кредитов (лимитирование суммы кредита), как один из важнейших механизмов минимизации кредитных рисков.

Из современных методик определения лимитов кредита юридических лиц можно выделить несколько подходов. Сторонники традиционного подхода лимита кредита определяют, как часть стоимости актива заемщика. В банках этим может выступать обеспечение, собственный капитал или размер выручки. Сторонники нетрадиционного подхода определяют лимит кредитования на основе синтетических коэффициентов. Также выделяют несколько методик определения лимита кредитования для юридических лиц.

Методика доли стоимости залогового обеспечения. В этом случае лимиты кредитования рассчитываются, как доля от стоимости залогового обеспечения актива заемщика.

Ключевым минусом методики расчета лимитов является то, что коэффициент лимитирования, как правило, оценивается экспертным методом, вместо того, чтобы его рассчитывать с помощью научно-обоснованного метода. Такой метод упускает одну из важнейших характеристик кредита, а именно его срок, и, значит, износ залогового актива за период кредитования. Установление лимита, который основывается на экспертной оценке, может привести к завышению или занижению лимитов кредитования.

Методика доли собственного капитала. В нем рассматривают лимиты кредитования, как доли от собственного капитала заемщика. Смысл данной методики заключается в том, что банк принимает положительное решение по кредитной заявке только в том случае, если сумма кредита менее 50% от собственного капитала заемщика.

Ключевым минусом данной методики является отказ от учета возможности изменения собственного капитала.

Основным преимуществом данной методики установления лимитов является его простота, т.к. при условии стабильности размера собственного капитала данную методику можно считать эффективным.

Методика расчетов синтетического коэффициента, который учитывает кредитный риск клиента, предполагает выявление синтетического коэффициента.

Выявление синтетического коэффициента зависит от группы кредитных рисков, к которой относят потенциального заемщика. Группы кредитных рисков показывают вероятности потерь. Поэтому, по шкале от минимального до максимального риска в процентах каждому группам рисков соответствует определенные показатели степени риска.

В данном подходе сумма предоставляемого кредита определяется не от залогового обеспечения, а от уровней кредитных рисков, определяемых

преимущественно на основе анализа финансового состояния клиента и вероятности возврата выданного кредита. Потенциальные границы значений синтетического коэффициента получают на основе весовых оценок клиента и показателей совокупного анализа его деятельности. Преимущество этой методики заключается в комплексном анализе, т.е. учитываются все факторы потенциального риска. Это дает возможность изменять значение коэффициента в связи с изменяющимися условиями.

В данном методе необходимо выявить набор количественных и качественных показателей и их удельный вес. Как правило, проводя анализ кредитоспособности клиента, рассматриваются следующие группы финансовых показателей:

- показатели ликвидности;
- показатели структуры капитала;
- показатели рентабельности;
- показатели деловой активности.

В итоге, можно построить два варианта модели:

1. экспертный, в котором вес рассчитываемых коэффициентов определяется экспертным путем. Сумма всех весов коэффициентов равна 1 ($W = 1$);

2. расчетный, в котором при определении весов коэффициентов выстраивается регрессионная линейная модель, включающая всю информацию о погашенных клиентом кредитах.

Основным минусом, на наш взгляд, этой методики заключается в том, что установление лимита основывается исключительно на финансовом состоянии в определенный момент времени и не учитываются потенциально возможные неблагоприятные изменения.

До сих пор нет ни одной эффективной методики анализа заемщика, которая бы полностью учитывала динамическую кредитоспособность и потенциально возможные изменения в будущем.

Этот факт доказывается тем, что происходит рост просроченной задолженности по кредитам в российской банковской системе.

Список использованной литературы:

1. Бочаров В. В. Корпоративные финансы / В.В. Бочаров, В.Е. Леонтьев. – СПб.: Питер, 2004.
2. Володина А.А. Управление финансами. Финансы предприятий: Учебник.- 2-е изд. / под ред. А.А. Володина. – М.: ИНФРА-М, 2011.
3. Григорьева Е.М. Финансы корпораций : учеб.пособие / Е.М. Григорьева, Е.Г. Перепечкина. – М. : Финансы и статистика, 2006.
4. Кабушкин С.Н. Управление банковским кредитным риском. М.: Новое знание, 2006. 336 с.
5. Карелин В. С. Финансы корпораций: учебник / В.С. Карелин. – 3-е изд. – М.: Дашков и К, 2007.

6. Ковалева А. М. Финансовый менеджмент: учебник / под ред. А.М. Ковалевой. – М.

7. Прасол А.Б., Орлова И.И. Лимитирование как способ снижения кредитного риска в российской банковской практике // Финансы и кредит. 2008. № 47(335). С. 39-47.

8. Степанова А.Н. Влияние финансовой архитектуры компании на ее эффективность в условиях растущих рынков капитала – М.: Из-во ГУ – ВШЭ, 2009.

9. Стоянова Е.С. Финансовый менеджмент: теория и практика: учебник для вузов / [Стоянова Е. С. и др.]; под ред. Е. С. Стояновой. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: Перспектива, 2005.

10. Яшина Н.М. Основные принципы управления риском // Финансы и кредит. 2006. № 36(240). С. 79-82.

© Р.В. Косенко, 2013

УДК 339.128

В.Б. Лапшина,

зав. каф. информ. технологий, канд. экон. наук,
ФГБОУ ВПО «Магнитогорский государственный университет»,
г. Магнитогорск, Россия

Т.В. Кропотова,

магистрант 2 курса факультета информатики,
ФГБОУ ВПО «Магнитогорский государственный университет»,
г. Магнитогорск, Россия

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С КЛИЕНТАМИ МЕТАЛЛУРГИЧЕСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ НА БАЗЕ В2В-ПЛАТФОРМЫ

В современных условиях российские металлургические предприятия сталкиваются с проблемой усиления рыночной конкуренции и необходимости поиска новых инструментов продвижения производимой продукции. Особенно актуальна данная задача в условиях вступления России в ВТО, которое подразумевает значительное сокращение таможенных барьеров и, как следствие, усложнение конкурентных условий.

Основы функционирования российских металлургических предприятий заложены еще в дореформенный период, в течение которого сформировались специфические системы управления рыночным взаимодействием. В настоящее время данные системы требуют существенных изменений, поскольку не приспособлены для функционирования в условиях среды с высоким уровнем неопределенности. Однако многие попытки по

расширению инструментария взаимодействия с рынком часто оканчиваются неудачно, поскольку отсутствует необходимая методическая и практическая база изменения организационных процессов. Такая ситуация складывается в процессе внедрения инструментария электронной коммерции в ходе проведения мероприятий по повышению эффективности продвижения металлургической продукции [2, с.3].

В связи с этим особая роль отводится задачам совершенствования инновационной составляющей предпринимательской деятельности предприятий для повышения эффективности бизнеса. Традиционные методы ведения бизнеса в условиях современной экономики не в полной мере соответствуют тенденциям развития организаций. Электронная коммерция способна значительно увеличить экономическую эффективность предприятий.

Под термином «электронная коммерция» в общем случае понимается любой вид деловых операций и сделок, предусматривающих использование самых передовых информационных технологий и коммуникационных средств, с целью обеспечения более высокой экономической эффективности по сравнению с традиционными видами коммерции.

В общем, электронную коммерцию можно охарактеризовать как среду, позволяющую:

- обеспечить корпоративной информацией весь мир или целевую группу клиентов;
- сократить издержки;
- автоматизировать и оптимизировать бизнес-процессы компании как внутри, так и в отношениях с поставщиками, дилерами и партнерами;
- обеспечить бесперебойную работу бизнеса (7 дней в неделю, 24 часа в сутки);
- выходить на любой рынок мира, развивать отдельные направления бизнеса.

Принято выделять четыре основных направления электронной коммерции:

– *бизнес - бизнес (business-to-business, B2B)* - это область экономической деятельности в информационном пространстве, ориентированная на становление эффективных и долгосрочных экономических отношений с организациями или фирмами;

– *бизнес - потребитель (business-to-consumer, B2C)* – это область экономической деятельности в информационном пространстве, ориентированная на удовлетворение потребностей конечного пользователя и формирование долгосрочных экономических отношений;

– *бизнес – администрация (business-to-administration, B2A)* - это область взаимодействия бизнеса и администрации, которая включает деловые связи коммерческих структур с правительственными организациями, начиная от местных властей и заканчивая международными организациями, то есть с одной стороны выступают отношения, формирующиеся в процессе

осуществления государственного регулирования электронной экономической деятельности, а, с другой, – отношения, формирующиеся в процессе заключения в электронной форме государственных контрактов на поставку товаров для государственных нужд;

– *потребитель – администрация (consumer-to-administration, C2A)* - это область организации взаимодействия отношений между пользователями (потребителями) работ и услуг, а также приобретателями товаров, перераспределяемых в процессе осуществления хозяйствующими субъектами электронной экономической деятельности, и государством в лице соответствующих его органов по вопросам защиты прав потребителей в электронном сегменте рынка.

Применительно к металлургическим компаниям, могут быть использованы формы электронной коммерции, ориентированные на корпоративных клиентов, в частности – *business-to-business (B2B)*. Основная задача систем *B2B* - повышение эффективности взаимодействия компаний на рынке. Системы *B2B* можно условно подразделить на два класса [3].

1. Корпоративные системы B2B.

Корпоративные информационные системы (*КИС*) являются ядром для создания систем *B2B*, поскольку именно они, автоматизируя и оптимизируя процессы взаимодействия между подразделениями внутри предприятия, позволяют эффективно организовать взаимодействие с поставщиками и клиентами.

В состав *КИС* обычно входят следующие модули:

- управление финансами;
- управление производством;
- управление складскими запасами;
- управление кадрами;
- управление взаимоотношениями с поставщиками;
- управление взаимодействием с клиентами.

Но *КИС* еще не является полноценной торговой системой *B2B*, хотя некоторые ее модули могут выполнять ряд функций по торгово-закупочной деятельности предприятия.

2. Электронные торговые площадки.

Электронные торговые площадки предназначены для организации коммерческой деятельности предприятий-участников. Торговые площадки *B2B* по принципам создания можно разделить на три основные группы.

1. Независимые торговые площадки в свое время привлекли огромное внимание прессы и инвесторов. Они обычно создавались молодыми энергичными интернет-компаниями для обслуживания определенных отраслей промышленности или товарных групп. Они предлагали участникам решение проблем поиска торговых партнеров, единое место для ведения бизнеса, виртуальное управление деловыми

взаимоотношениями и возможность сравнивать цены различных поставщиков.

2. Отраслевые торговые площадки стали ответом традиционного бизнеса на широкомасштабное появление интернет-компаний. Эти торговые площадки позволили промышленным гигантам самим воспользоваться преимуществами онлайн-бизнеса и управлять процессами развития *B2B* - коммерции в своем секторе экономики.

3. Частные торговые площадки создаются крупными фирмами с целью максимального использования возможностей онлайн-технологий для углубления интеграции со своими торговыми партнерами. Частные торговые площадки объединяют существующие внутренние информационных системы участников для улучшения работы цепочек поставок и сокращения издержек на транзакции между ними.

Поскольку взаимоотношения с клиентами предприятия являются одним из важнейших условий успешного ведения бизнеса, в последнее время на первый план в *B2B* решениях выдвинулись решения для автоматизации взаимоотношений с клиентами (*CRM - Customer Relationship Management*). В их возможности обычно входят функции маркетинга (информация о продуктах и услугах компании, продвижение их на рынок, изучение спроса), продаж (согласование с клиентом спецификаций, сроков и условий поставки), а также, послепродажная поддержка.

Первым шагом на пути обеспечения электронного взаимодействия предприятия с клиентами является корпоративный сайт компании в Интернет. На первых порах он используется как интерактивный информационный канал для создания положительного образа компании и продвижения ее товаров и услуг на рынок. В дальнейшем в него могут быть включены те или иные функции *CRM* превращающие его в коммерческий корпоративный торговый портал *B2B*.

Ключевым элементом такого сайта является каталог товаров и услуг с указанием цен и условий поставки, а также связанные с ним разделы и интерактивные функции сайта. В коммерческой части сайта каталог должен иметь возможность перехода на страницы, на которых указаны условия поставок и формы расчетов, организована возможность оформления заказа и получения подтверждения о принятии его к исполнению. Именно в этом случае можно говорить о том, что компания организовала Интернет - торговлю своими товарами и услугами.

Следует отметить, что компании, не достигшие определенного уровня автоматизации внутренних процессов, вряд ли смогут полностью использовать преимущества онлайн-торговли.

С одной стороны, важным преимуществом онлайн-продаж является предоставление специализированного, динамического

информационного наполнения (информация о продукции, наличии ее на складе, цене и условиях поставки), важного для покупателей.

Все это требует доступа к информации из различных подразделений компании, ее автоматического обновления и обработки. Все это должна обеспечивать корпоративная информационная система.

Таким образом, основой интернет-продвижения продукции металлургического предприятия, укрепления взаимоотношений с клиентами и привлечения новых служит корпоративный сайт – ее виртуальный образ в сети Интернет. Однако, по мере динамичного развития информационных технологий, сайт компании совмещает в себе многие другие функции, и выступает не просто источником информации для пользователей, но и бизнес-площадкой для партнеров. Помимо этого веб-сайт – это лицо компании, где совмещаются открытость компании, встроенность веб-сайта в ее бизнес-схему и, как следствие, наличие электронной торговли [1, с 93-94].

На основании вышеизложенного было проведено исследование эффективности использования корпоративного сайта как инструмента для повышения уровня взаимоотношений с клиентами в ведущих металлургических компаниях России: ОАО «ММК-МЕТИЗ», ОАО «РУСАЛ» и ОАО «Мечел». Результаты обобщающего сравнительного анализа представлены в таблице 1.

Как можно заметить, только на сайте «ММК-МЕТИЗ» есть функция взаимосвязи с существующими и потенциальными партнерами и размещение расценок на поставку сырья и готовой продукции. Взаимосвязь с партнерами заключается в наличии на сайте раздела «Состояние вашего заказа», в данном разделе для зарегистрированных пользователей предоставляется информации следующего содержания:

- Перечень и история заказов. Размещена информация о заключенных сделках с контрагентом, о выписанных приказах на отгрузку продукции и их состоянии (оплачен, скомплектован, отгружен, оформлены документы).

- Состояние расчетов. В данном разделе размещена информация о взаиморасчетах контрагента с металлургическим предприятием, т.е. задолженность контрагента перед предприятием и наоборот.

- Прайс-лист. Предоставлена возможность скачивания прайс-листа на продукцию ОАО «ММК-МЕТИЗ» в формате xls.

- Счета-фактуры. Представлены данные о выписанных счетах-фактурах за выбранный период (включая исправленный и корректировочный счета-фактуры) с возможностью распечатки.

- Получение счетов-фактур на E-mail. Настройка отправки выставленных счетов-фактур на электронный адрес контрагента.

Таблица 1. - Сравнительный анализ корпоративных сайтов металлургических предприятий

№ п/п	Параметры	Наличие/оценка					
		«ММК-МЕТИЗ»		«РУСАЛ»		«МЕЧЕЛ»	
1	Дизайн	+	5	+	5	+	4,5
2	Удобство навигации	+	4,5	+	5	+	4,5
3	Информационная насыщенность	+	4,5	+	5	+	4,8
4	Обновление информации	+	4	+	5	+	5
5	Публикация отчетности Компании	+	5	+/-	4	-	-
6	Информация для акционеров	+	5	+	5	+	5
7	Описание продукции	+	4	+	5	+	5
8	Обратная связь с клиентами (партнерами)	+/-	4,0	-	-	-	-
10	Размещение расценок на поставку сырья и готовой продукции	+/-	4,0	-	-	-	-
11	E-business (заключение электронных сделок)	-	-	-	-	-	-
12	Доступ для иностранных пользователей (языки чтения)	+	5	+	5	+	4,7
	Средний балл		4,5		3,9		3,35

Практически у всех сайтов представлены разделы пресс-центров, где собраны отчеты компании о результатах деятельности. Но, надо отметить, что не все они имеют удобную для просмотра форму. Так «РУСАЛ» не публикует консолидированного годового отчета, имеют место только квартальные отчеты.

Наличие раздела «Экологическая политика» на сайтах компаний «РУСАЛ» и «ММК-МЕТИЗ» говорит о международном статусе компании. Сегодня, в эпоху глобализации забота об окружающей природе в деятельности металлургических предприятий выходит на первый план. В указанном разделе представлен весь спектр информации, относительно социальной и экологической ответственности предприятия.

Можно заключить, что корпоративные сайты исследуемых компаний представляют собой полномасштабный перечень информации о компании, способный удовлетворить самого притязательного пользователя. Однако на сайтах представленных компаний отсутствуют основные элементы электронной коммерции, которые могли бы улучшить положение компании на рынке и ускорить процесс заключения сделок и контактов с уже существующими партнерами, тем самым повысив уровень удовлетворенности клиентов дополнительными удобными сервисами:

- размещение прайс-листов с обновлением информации;
- возможность оформления заказа через корпоративный сайт;
- наличие системы прямого контакта с клиентом;

– информирование клиента (по электронной почте) о новой продукции, о новых расценках, о стадиях исполнения заказа контрагента, поздравления и др.

На наш взгляд, практическая реализация *B2B* на корпоративном сайте металлургического предприятия заключается в разработке раздела «Оформить заказ», который предоставляет ряд дополнительных возможностей:

- выбор продукции из каталога товаров и добавление в корзину;
- оформление спецификации заказа: указание количества выбранной продукции в корзине, необходимых характеристик, возможность отложить продукцию и контролировать общую сумму заказа;
- ввод персональных данных: информация для оплаты и доставки заказа, способ доставки, способ оплаты;
- раздел покупателя: личный кабинет авторизованного пользователя, где размещена информация обо всех заказах клиента и их стадиях исполнения;
- интеграция данных с корпоративной информационной системой предприятия, т.е. оформленные заказы клиентами на сайте реплицируются в *КИС* для обеспечения единой базы ведения и контроля исполнения заказов. Соответственно, все изменения в заказе, производимые в *КИС*, отобразятся на сайте в личном кабинете клиента.

Для реализации вышеперечисленных рекомендаций в области электронной коммерции следует выполнить ряд мероприятий по созданию системы электронной коммерции (*СЭК*), которая позволит открыть дополнительный канал сбыта продукции и повысить эффективность взаимодействия с клиентами металлургических компаний.

1. Анализ предметной области.
 - определение основных целей и задач системы электронной коммерции;
 - подбор менеджера проекта и определение его задач;
 - анализ металлургической отрасли;
 - сбор информации о предприятии, формирование требований;
 - изучение целевой аудитории;
 - анализ доступных интернет-технологий.
2. Планирование работ.
 - подбор проектной команды;
 - составление бюджета;
 - составление план-графика работ.
3. Проектирование системы электронной коммерции.
4. Разработка *СЭК*.
5. Тестирование и устранение замечаний по реализации *СЭК*.
6. Ввод в промышленную эксплуатацию.

- установка и ввод в эксплуатацию технических средств, загрузка баз данных;
 - проведение опытных испытаний всех компонентов системы перед передачей в промышленную эксплуатацию;
 - обучение персонала.
7. Сопровождение СЭК.
- поддержка сайта в актуальном состоянии;
 - оперативное обслуживание и администрирование баз данных;
 - доработка функционала и др.

Можно с уверенностью утверждать, что последовательное выполнение всех этапов разработки системы электронной коммерции приведет к успешному завершению проекта и позволит расширить границы рынка сбыта металлургического предприятия, привлекая новых клиентов наличием удобных онлайн-сервисов. Безусловно, возможность оформления заказа, не выезжая в офис предприятия, и контроля исполнения заказа будет способствовать повышению уровня удовлетворенности клиентов, что является залогом успеха во времена усложнения конкурентных условий.

Выполненное исследование позволяет сделать следующие выводы.

1. Создание и развитие предпринимательских структур в электронной коммерции позволяют повысить общий уровень качества предоставления товаров и услуг на металлургическом рынке, приблизить места продаж к потребителям и обеспечить обратную связь с клиентами, предоставив возможность онлайн-отслеживания исполнения заказа, тем самым повысив уровень удовлетворенности клиентов.

2. В условиях роста конкуренции на металлургическом рынке необходимо укреплять свои позиции и привлекать новых клиентов удобными сервисами в области электронной коммерции.

3. Обеспечение эффективности развития предпринимательских структур требует поиска новых путей и разработки научно-практических рекомендаций, обеспечивающих взаимодействие между предприятиями и потребителями в области электронной коммерции.

Список использованной литературы:

1. Демичева, Е.В. Анализ эффективности использования инструментов интернет-маркетинга в российских металлургических компаниях / Е.В. Демичева // Современная экономика: Проблемы и решения, 2010. – Воронеж, 2010. – с. 90-97.

2. Демичева, Е.В. Использование интернет-маркетинга в системе продвижения продукции металлургического предприятия / Е.В. Демичева // Известия ВолГТУ, 2010. – Волгоград, 2010.

3. В2В: Принципы построения и работы. Модели узлов межфирменной электронной коммерции [Электронный ресурс], режим доступа: <http://www.oborot.ru/article/239/21>, свободный.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ КАДРОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ И ПРОГНОЗИРОВАНИЯ В УСЛОВИЯХ ФОРМИРОВАНИЯ РЫНОЧНЫХ СИСТЕМ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ

В условиях формирования рыночных систем хозяйствования, происходящих изменений связанных с переориентацией, реструктуризацией, модернизацией производства, поиском новых форм взаимодействия с потребителями, повышением эффективности и конкурентоспособности российских предприятий и организаций одним из решающих факторов становится обеспечение высокого уровня профессионализма кадрового потенциала. Повышение конкурентоспособности отечественных организаций на любом этапе их жизненного цикла возможно путем эффективного управления их кадровыми ресурсами, что приводит к необходимости поиска новых форм и методов организации и управления персоналом. Важная роль в этом процессе отводится планированию потребности организации в персонале; прогнозированию создания новых рабочих мест с учетом внедрения современных технологий в рыночной экономике, разработке стандартов управления кадровыми ресурсами, обеспечение должного уровня кадрового потенциала.

Одной из причин, тормозящих перевод экономики на рельсы эффективного развития, являются недостатки в функционировании социально-экономических подсистем кадрового обеспечения, обуславливающие дефицит квалифицированных специалистов во многих регионах России даже в условиях значительного числа ищущих работу.

Недостаток квалифицированной рабочей силы и специалистов обусловлен отставанием система кадрового обеспечения от происходящих в российской экономике структурных изменений. Отраслевая, профессионально-квалификационная структура подготовки кадров не отвечает в полной мере потребностям современного предприятия, а квалификация подготавливаемых специалистов вызывает нарекания работодателей, усиливается дисбаланс между профилями подготовки кадров и структурой востребованных профессий. В результате тормозится структурная перестройка экономики, выступающая одним из важнейших направлений современных экономических реформ, проводимых в России.

По данным Российского союза промышленников и предпринимателей (РСПП) для более чем половины российских компаний (52 %) проблема нехватки квалифицированных кадров является основным

препятствием на пути развития бизнеса. Кадровая проблема встает барьером и на пути иностранных инвестиций в Россию. По данным того же РСПП наличие квалифицированного персонала - важнейший аргумент для большинства иностранных инвесторов (53 %) при принятии решения о вложении средств в российскую экономику.

Проводимые экономические реформы, движение к здоровой конкуренции, дисбаланс профессионально-квалификационной структуры спроса и предложения на региональных рынках труда, недостаток квалифицированной рабочей силы заставляют организации России уделять значительное внимание долгосрочным аспектам кадровой политики, базирующейся на научно обоснованном планировании.

На современный этап развития российской теории управления персоналом наложил отпечаток процесс формирования рыночных экономических отношений. Переход хозяйствующих субъектов на рельсы экономической эффективности, максимизации прибыли, конкуренции, по-новому определил цели и задачи кадровой политики на предприятии. Современные исследователи столкнулись и с недостатком исследований в области кадрового планирования в условиях рынка. Можно сказать, что современная теория управления персоналом достаточно молода, по сравнению, например, с американской научной школой.

Зарубежная школа научного менеджмента опирается на разработки Ф. Тейлора, который занимался рационализацией производства и труда с целью повышения его производительности. А. Файоля, совершенствовавшего систему управления организацией в целом в рамках школы административного менеджмента. Одним из первых исследователей, увидевших особую значимость персонала, как субъекта был Э. Мэйо после проведения Хотторнских экспериментов и других своих исследований.

В отечественной литературе чаще всего при рассмотрении кадрового планирования выделяют два его аспекта: разработку мероприятий по привлечению на предприятие специалистов необходимой квалификации и разработку мероприятий по развитию, сохранению, использованию и высвобождению персонала [1, с. 25].

Важно отметить, что кадровое планирование представляет комплексную задачу, включающую большое число независимых переменных, таких как инновационные и технологические изменения, изменение демографической ситуации, потребительский спрос, конкуренция на мировом и национальных рынках, государственная политика, государственное регулирование экономики.

Немаловажное значение на процесс кадрового планирования оказывает его двойственная природа кадрового планирования. С одной стороны, кадровое планирование наряду с планированием в области производства, продаж, инвестиций, маркетинга, финансов, затрагивает экономические показатели предприятия или организации, непосредственно

влияя на основной фактор производства - трудовые ресурсы, и соответственно экономические результаты деятельности. С другой стороны, рассматривая кадровое планирование в социальном аспекте, в качестве цели общественного производства, что требует проведения мероприятий, обеспечивающих гармоничное развитие человека как личности, а также выявления потребности людей в образовании, профессиональной деятельности, затрагивает показатели социальной эффективности.

Долгое время российскими предприятиями эти показатели игнорировались. Ставилась основная задача закрыть имеющиеся вакансии за счет имеющихся на рынке труда ресурсов. Определялись потребности организации в человеческих ресурсах в краткосрочной перспективе ввиду быстро изменяющихся внешних экономических факторов.

Можно сказать, что основной причиной современного состояния кадрового обеспечения российских организаций трудовыми ресурсами низкого уровня квалификации стало краткосрочное или оперативное кадровое планирование с как правило с низким уровнем затрат на подбор персонала. Оперативные планы, детализированные по временному (год, квартал, месяц, декада, рабочий день, смена), объектному (организация, функциональное подразделение, цех, участок, рабочее место) и структурному (потребность, наем, адаптация, использование, обучение, переподготовка и повышение квалификации, деловая карьера, расходы на персонал, высвобождение) признакам, несмотря на подкрепленность необходимыми расчетами и обоснованиями, как правило, не дает гарантии обеспеченности квалифицированными кадрами на перспективу.

Долгосрочное планирование или план человеческих ресурсов, подробно отражающий, сколько именно работников по количеству, функциям, квалификации, местам работы, размещению, возможно будет использовать на разных стадиях будущего периода. В этом плане находят отражение перечень вновь вводимых или упраздняемых мест работы и должностей,; в какой степени возможна перестановка или переподготовка персонала; необходимые изменения на уровне руководителей, как среднего, так и высшего звеньев; потребности в профессиональном обучении; программы набора, сокращения избыточного персонала или увольнения по выслуге лет; возможности для обратной связи в случае необходимости корректировки плана или задач компании; меры, предусмотренные для улаживания любых проблем с персоналом в связи с дефицитом или избытком рабочей силы (например, ранний выход на пенсию или другие процедуры сокращения персонала).

Необходимо учитывать, что при возрастании временного периода равным образом повышается и неопределенность планирования. Поэтому долгосрочное планирование может содержать общие (грубые) данные, предполагающие последующую детализацию оперативными планами.

Временные перспективы планирования персонала состоят в тесной связи с дифференцированием стратегических, тактических и оперативных видов планирования персонала [1, с. 25].

Можно сказать, что полностью эффективным кадровое планирование является лишь в том случае, если оно интегрировано в общий процесс планирования и опирается на стратегические планы организации. Именно перспективы производства определяют направления развития кадрового потенциала предприятия, постановку задач кадрового планирования, что в свою очередь требует тесного взаимодействия службы управления персоналом с планово-экономическими подразделениями и интеграции кадрового планирования в планы предприятия в целом. На практике это означает, что цели кадрового планирования становятся производными от целей организации. Иными словами, специфические исходные требования в виде набора характеристик, которыми должны обладать служащие, определяются исходя из целей организации в целом. Тем более, сто стратегическое кадровое планирование осуществляется в основном на верхнем уровне управления организацией и является частью стратегических планов предприятия.

Методологически опираясь на общие методы планирования, кадровое планирование имеет ряд особенностей. Существенная особенность кадрового планирования связана, прежде всего, со спецификой самого объекта планирования, и такими социальными факторами, как сложность прогнозирования трудового поведения, межличностного взаимодействия, возможности трудовых конфликтов. Приведенные социальные факторы повышают степень погрешности или неопределенности в кадровом планировании.

Количественная оценка потребности в персонале основывается на анализе предполагаемой организационной структуры (уровни управления, количество подразделений, распределение ответственности), требований технологий производства, маркетингового плана, а также прогноза изменения количественных характеристик персонала, при этом, безусловно, важной является информация о количестве заполненных вакансий. Вслед за анализом, аналогичным для целей количественной оценки, должны учитываться ценностные ориентации, уровень культуры и образования, профессиональные навыки и умения того персонала, который необходим организации.

Особую сложность представляет оценка потребности в управленческом персонале. В этом случае необходимо учесть, как минимум, возможности персонала "определить рациональные оперативные и стратегические цели функционирования предприятия и осуществлять формирование относительных управленческих решений, обеспечивающих достижение этих целей [3, с. 199].

Применяемые методы кадрового планирования используются количественные и качественные показатели. Наиболее простой, балансовый метод основывается на взаимной увязке ресурсов, которыми располагает организация, и потребностей в них в рамках планового периода, позволяет с

одной стороны отразить источники ресурсов, а с другой их распределение. В основе нормативного метода лежат разработанные нормы затрат трудовых ресурсов на единицу продукции. Статистический метод позволяет устанавливать зависимость рассматриваемого показателя от других переменных. Методы качественного планирования позволяют выявить проблемы кадрового планирования и намечаются мероприятия по их решению. Метод экспертной оценки, метод групповых оценок. Метод Дельфи включает в себя экспертные и групповые методы.

Двухаспектность системы кадрового планирования (экономическая и социальная) определяет в качестве приоритета в применении преимущественно качественных показателей (данные о способностях, оценки проделанной работы) над количественными.

Основой долгосрочной кадровой стратегии, призванной сформировать и подготовить научные предпосылки принятия плановых решений, выступает кадровое прогнозирование, как система аргументированных представлений о направлениях развития и будущем состоянии персонала.

Кадровое прогнозирование начинается с анализа внешних и внутренних факторов экономической среды, экономических, социальных, технических и других процессов, происходящих в организации, и ее окружающей среде. Оценка сложившейся ситуации, выявление основных проблем, позволяет сформировать различные варианты развития организации, ее кадрового потенциала.

При многообразии методов прогнозирования (вероятностный математический анализ, анализ временных рядов, мозговая атака, социальные и индивидуальные опросы специалистов, то есть математико-статистических методов и методов моделирования) на практике чаще всего используется наиболее простой из них - экстраполяция, или проекция в будущее. Суть метода состоит в автоматическом перенесении на предстоящий период существовавших в прошлом тенденций развития персонала, например темпов и направленности изменения его состояния. Однако этот метод пригоден только для стабильных, контролируемых условий, которые в обозримом будущем меняться не должны. При достаточной простоте в расчете и экономической доступности метод экстраполяции не учитывает возможные изменения в развитии производства, факторов внешней среды.

Если будущие условия деятельности организации ожидаются не очень стабильными, но при этом причинно-следственные связи между событиями все же просматриваются, для целей прогнозирования используются более сложные методы, в основе которых лежат математические модели.

Современное развитие компьютерных технологий позволило использовать для прогнозирования потребности в персонале компьютерные

модели, сочетающие в себе математические модели с количественными и качественными показателями, описанными выше. Однако высокие издержки при внедрении и последующем сопровождении компьютерных моделей ограничивает их применения только на крупных предприятиях.

Таким образом, кадровое планирование включает в себя прогнозирование перспективных потребностей организации в персонале (по отдельным его категориям), изучение рынка труда (рынка квалифицированной рабочей силы) и программы мероприятий по его «освоению», анализ системы рабочих мест организации, разработка программ и мероприятий по развитию персонала.

Кадровое планирование, базирующееся на стратегических планах организации, преследует несколько целей. Прежде всего, это обеспечение необходимым количеством нужной квалификации специалистами за относительно короткий временной промежуток с низкими издержками, максимально эффективно использовать имеющийся кадровый потенциал, возможность своевременно выявлять переизбыток трудовых ресурсов, либо предвидеть их недостаток в ближайшей перспективе.

Таким образом, кадровое планирование, базирующееся на стратегических планах организации, позволит в условиях формирования рыночных систем хозяйствования, изменяющихся внешних условий решать следующие задачи:

- определить потребности в персонале на долгосрочную перспективу;
- разработать программу привлечения или сокращения штатов, учитывая все возникающие при этом социальные аспекты;
- разработать программы эффективного использования кадровых ресурсов с учетом имеющегося трудового потенциала;
- наметить мероприятия кадрового развития персонала, повышения квалификации с целью наиболее рационального применения в изменяющихся условиях;
- сформировать экономическую основу планируемых кадровых мероприятий на перспективу.

Список использованной литературы:

1. Гравин В.В., Дятлов В.А. Основы кадрового менеджмента. - М.: Дело, 1995., с. 25.
2. Левковец О.И. Кадровое планирование [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ipk.by/upravlenie-personalom/kadrovoe-planirovanie.html>.
3. Управление персоналом: Учебник для вузов./Под ред. М.Ю. Базарова, Б.А. Еремина. - М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998. -423 с., с. 199.

Г.В. Мартиросян,
ассистент кафедры «экономики и управления»
экономического факультета СФ БашГУ,
г. Стерлитамак, Российская Федерация

ПРИОРИТЕТНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ РЕСПУБЛИКИ БАШКОРТОСТАН

В современных условиях развитие экономики характеризуется значительным приростом ВВП за счет технологических, информационных и квалифицированных нововведений, поэтому сейчас особенно актуален переход к инновационной экономике. В настоящее время в России имеет самый высокий государственный уровень и широко обсуждаются в регионах.

Для успешного развития инновационной деятельности в регионах необходимо создание и тесное взаимодействие основных его составляющих: источника научно-технических разработок, развитой инфраструктуры информационной и финансовой поддержки, правового обеспечения.

Каждый регион по-своему пытается развиваться в инновационном направлении. Так, в Республике Башкортостан была разработана долгосрочная целевая инновационная программа на 2010-2015 годы. Она предполагает дальнейшее совершенствование законодательного обеспечения, способов и методов внедрения инноваций, государственной финансовой поддержки и венчурного финансирования, повышение эффективности взаимодействия малого и крупного бизнеса в сфере инноваций, развитие индустриальных и технологических парков.

Главной целью программы является повышение конкурентоспособности Республики Башкортостан посредством создания и укрепления правовых, экономических и организационных условий ускоренного развития инновационной деятельности в республике.

Необходимо создавать условия для поиска и внедрения инновационных идей, привлечения в научно-производственную сферу изобретателей и рационализаторов, молодых ученых и высококвалифицированных кадров.

Для успеха всего инновационного развития нужно развитие нормативной правовой базы инновационной деятельности, формирование новых и развитие сложившихся региональных производственных кластеров, обеспечение инновационного развития наукоемких сфер экономики республики путем содействия созданию и развитию отраслевой технико-технологической базы для разработки и внедрения высокотехнологичной и наукоемкой продукции и технологий в производство в форме индустриальных и технологических парков и т.д.

Также к приоритетным направлениям можно отнести развитие инновационной и прикладной исследовательской деятельности в государственных и негосударственных образовательных учреждениях высшего профессионального образования, научных организациях республики, предприятиях,

Особо важную роль для инновационного развития играет создание механизмов финансирования инновационных проектов с использованием внебюджетных источников финансирования. Необходимо содействовать развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере, их интеграция в систему научно-технической кооперации.[1]

Для завоевания лидирующих позиций в инновационной сфере необходимы не столько масштабные вложения средств в инновационный сектор Республики Башкортостан, сколько возможности Правительства республики играть активную роль в инновационном процессе, быть «архитектором» инновационного развития. Необходима не просто реализация отдельных точечных проектов, а становление новой системы экономического взаимодействия, отраслевых, территориальных кластеров.

В связи с этим важно правильно определить приоритетные направления секторов экономики, инновационное наполнение которых обеспечит и их высокую конкурентоспособность и позволит позиционировать Республику Башкортостан как конкурентоспособный регион. Именно они призваны составить основу для региональной инновационной стратегии, формирования инновационной политики и инновационной системы.

Установление приоритетных направлений инновационного развития является инструментом концентрации ресурсов Республики Башкортостан на важнейших направлениях социального и экономического развития. Выделение приоритетов является основанием для финансовой поддержки инновационной деятельности за счет средств бюджета Республики Башкортостан и федеральных средств в случае долевого финансирования программ и проектов.

В таблице отражены одни из основных приоритетных секторов экономики для инновационного развития.

№	Приоритетная сфера	Инновационное развитие
1.	Образование	внедрение новых организационных форм, образовательных технологий, институциональных механизмов повышения качества образования на всех уровнях
2.	Культура	означает оптимизацию соотношения между традициями и обновлениями, различными типами и видами культур. Обеспечение развития мотивационной сферы, формирования восприимчивости людьми новых идей, их готовность и способность к поддержке и реализации новшеств во всех сферах жизни.

3.	Производственная сфера	Предусматривается концентрация ресурсов на развитии следующих наукоемких, высокотехнологичных и конкурентоспособных направлениях: информационные технологии; машиностроение; электротехника; новые материалы и химические технологии; энергосберегающие технологии; экология и рациональное природопользование.
4.	Сельскохозяйственный комплекс	Необходимо внедрить научную агропродуктовую модель развития сельского хозяйства, объединяющую различные элементы и структуры, входящие в кластеры, комплексы и т.п., поддерживаемые хозяйственными, экономическими, экологическими, технико-технологическими связями, системой и механизмами госрегулирования и поддержки, в том числе эффективного использования земельных ресурсов.
5.	Строительная индустрия	предполагает переход на новые архитектурные системы, типы зданий и технологии их возведения, позволяющие снизить ресурсоемкость, энергетические и трудовые затраты, нацеленных на удовлетворение требований комфортности и экологической безопасности жилых домов; развитие строительной инфраструктуры
6.	Туризм	является катализатором социально-экономического развития региона.
7.	Информатизация	обеспечить конкурентоспособность республиканской информационной индустрии, в том числе через использование информационно-коммуникационных технологий в различных сферах инфраструктуры Республики Башкортостан, создание информационной среды для реализации электронной торговли, электронного документооборота, использование электронных носителей информации и стандартизацию средств их технического обеспечения.

На сегодняшний день в Башкирии существуют следующие объекты инновационной инфраструктуры:

- Энергоманинстроительный кластер
- Кластер индустриального обеспечения туризма
- Лесопромышленный кластер
- Индустриальный парк «строительные материалы Башкортостана» (г.Агидель)
- Индустриальный парк «Прикамье» (г. Нефтекамск)
- Информационно-коммуникационный технологический парк Республики Башкортостан (г. Уфа)

- Научно-технологический парк ГУП «Институт нефтехимпереработки Республики Башкортостан» (г. Уфа)

- Технопарк ОАО «Эколайн» (г. Мелеуз)

- Технопарк «Медтехника» (г. Уфа)

- Технопарк НПО «Хозрасчетный творческий центр УГАТУ» (г.

Уфа)

- Технопарк «Башкирия» (г. Мелеуз)

- Технологический парк «Инмаш» (г. Стерлитамак)

- Технопарк по энергосбережению и энергоэффективности

- Центр трансфера технологий академии наук РБ (г. Уфа)

- Центр промышленного дизайна (г. Уфа)

- Заявочный центр инноваций (г. Уфа)

Программа развития нанотехнологий является одной из ведущих в мире, ее сегодня сравнивают с ядерными и космическими программами.

Еще в 2011 году Башкортостан посетила официальная делегация ОАО «РОСНАНО» под руководством Анатолия Борисовича Чубайса. По итогам посещения был подписан протокол, а позднее, в июне, в рамках Петербургского международного экономического форума, подписано Соглашение о сотрудничестве в области развития инновационной индустрии и нанотехнологий.

Данные документы предусматривают реализацию ряда конкретных мероприятий, таких как:

- создание нанотехнологического центра Республики Башкортостан;

- формирование перечня перспективных проектов в сфере нанотехнологий для получения софинансирования со стороны РОСНАНО;

- формирование базы данных имеющихся и потенциальных потребностей предприятий республики в наноматериалах и нанотехнологиях;

- создание единой базы данных научных разработок и инвестиционных проектов в сфере нанотехнологий;

- организация участия промышленных предприятий в образовательных программах, реализуемых Фондом инфраструктурных и образовательных программ;

- разработка региональной целевой программы по развитию nanoиндустрии в Республике Башкортостан на 2013-2015 годы;

- и другие. [2]

Таким образом, можно сделать вывод, что в республике происходит активное инновационное развитие. Республика стремится занять лидирующее место в инновационной сфере, создает для этого различные технопарки, центры и кластеры. Так же разрабатываются всевозможные долгосрочные целевые программы. Башкортостан – одна из самых перспективных республик России.

Список использованной литературы:

1. Долгосрочная целевая инновационная программа Республики Башкортостан на 2011-2015 годы.
2. Об инновационном развитии промышленности Башкортостана . [Электронный ресурс] / Официальный сайт Правительства Республики Башкортостан — Режим доступа: http://www.pravitelstvorb.ru/regulatory/new_section/on_the_innovative_development_of_industry_of_bashkortostan.php?clear_cache=Y.
3. Научно-техническая сфера и инновационная деятельность. [Электронный ресурс] / Инновации. — Режим доступа: http://www.bashkortostan.ru/innovation_and_manufacturing/, свободный (27.05.2013).

© Г.В. Мартиросян, 2013

УДК 334

Р.Р. Муратова,
аспирант кафедры экономики
Казанского Научно-исследовательского
технологического университета,
г. Казань, Российская Федерация

НАНОТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ЦЕНТРЫ, КАК ПЛАТФОРМА ДЛЯ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО ТРАНСФЕРА В НАНОИНДУСТРИЮ

В настоящее время человечество стоит на пороге овладения способностью понимать и контролировать материю на нано-уровне и это не эволюционный переход, а «прыжок в бесконечность», что приведет к революции в технологии и промышленности. От развития нанотехнологий зависит состояние мировой экономики и судьбы многих стран.

Мировой кризис, охвативший все страны в настоящий момент, носит скорее не экономический, а технологический характер. Уровень потребления человечества значительно опередил уровень технологического развития и сближения этих показателей эволюционным путем уже невозможно.

В качестве иллюстрации этого тезиса приведем один пример. Сегодня мир для обеспечения своих нужд потребляет 14 трлн. ватт электроэнергии. При заданных темпах роста потребления к 2050 году человечеству будет необходимо примерно 60 трлн. ватт электроэнергии, т.е. количество электростанций на нашей планете необходимо увеличить в четыре раза. Думаю, что эту цифру даже не стоит комментировать. При этом

во всей истории человечества не было ни одного случая, когда бы общество отказалось от достигнутого уровня потребления.

Исключительные способности нанотехнологии могут внести положительный вклад в медицинское развитие, экологическую очистку, сохранение энергии и во многие другие области, которые могут в значительной степени улучшить условия нашей планеты. Поэтому интерес к нанотехнологической отрасли во всем мире чрезвычайно высок и она признана одной из самых быстро растущих в истории человечества, а также наиболее коммерчески привлекательной и перспективной.

По прогнозам Национального научного фонда США уже к 2015 году рынок нанопродукции может составить 1 трлн. долларов, в то время как в 2006 г. он составлял лишь 50 млрд. долларов. Это, в свою очередь, приведет к тому, что потребность в специалистах в области нанотехнологий составит около 3 млн. человек. Согласно отчету компании Frost&Sullivan, динамика мировых инвестиций в проекты, связанные с нанотехнологиями (в млрд. долларов), выглядит следующим образом (рис.1.).

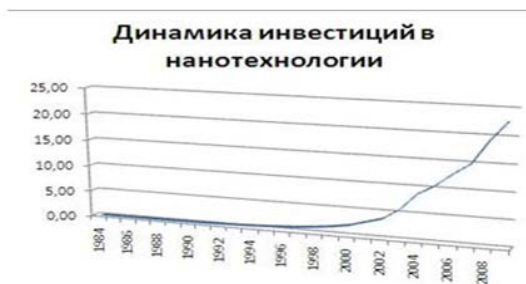


Рис.1 Динамика мировых инвестиций в нанотехнологии

Из приведенных данных видно, что общий мировой объем инвестиций в нанотехнологии за последние 20 лет составляет около 110 млрд. \$.

Представленная динамика роста мирового рынка нанотехнологий позволяет сделать прогноз, что в ближайшие 10 лет он на 20% превзойдет рынок электроники и в 2 раза обгонит медицинский рынок. Средневзвешенный прогноз роста рынка нанотехнологий составляет 40% в год.

Полученные достижения в области фундаментальных и прикладных исследований и разработок в области нанотехнологий обусловило быстрый рост вложений в данную отрасль в течение последнего десятилетия.

В настоящее время инновационная инфраструктура в России развивается, главным образом, в рамках:

1. Федеральных целевых программ, в рамках которых создана и развивается сеть центров коллективного пользования и научно-

образовательных центров. Ключевым преимуществом таких центров является концентрация не только оборудования, но и высококвалифицированных специалистов, владеющих этим оборудованием.

2. Государственной программы «Создание в Российской Федерации технопарков в сфере высоких технологий», в рамках которой было предусмотрено создание сети технопарков в сфере высоких технологий. Общий объем государственного финансирования должен был достигнуть 29 млрд. рублей в течение 4 лет с 2007 до 2010 года. Стоимость совокупного объема продукции и оказанных услуг, произведенных в результате деятельности технопарков, по планам должна была превышать 100 млрд. рублей.

3. Еще одним направлением является развитие сети инновационно-технологических центров (далее – ИТЦ). В рамках программы основой ИТЦ являются организации, ведущие в регионах России широкомасштабную инновационную деятельность в сфере высоких технологий и ориентированные на коммерциализацию результатов научных исследований. Все ИТЦ объединены в единую сеть на базе Некоммерческой организации «Союз инновационно-технологических центров России», которая создана по инициативе самих центров. Сеть ИТЦ консолидирует серьезный потенциал для проведения перспективных разработок и освоения производства инновационной продукции, в том числе в области нанотехнологий, биотехнологий, электроники, медицинских технологий, навигационных и космических технологий.

4. Создания и развития инфраструктуры направленной на поддержку малых предприятий в научно-технической сфере, так называемых бизнес-инкубаторов. Общее число организаций такого типа в стране достигает 100 единиц. Бизнес-инкубаторы нацелены на повышение выживаемости малых компаний с 15% до 85%¹. В бизнес-инкубаторе компании получают возможность арендовать необходимые площади по льготным ставкам, получать консультационные услуги по: бухгалтерскому учету, правоприменительной практике, защите интеллектуально собственности, продвижению своей продукции на рынок и привлечению дополнительного финансирования. Доля федерального финансирования направленного на создание и функционирование бизнес-инкубаторов колеблется от 50 до 80%, а общий объем финансирования достигает 1 млрд. руб. в год.

В целом можно говорить о том, что были созданы различные элементы инфраструктуры функционирование которых, в большей степени, направлено на генерацию новых знаний, а не на коммерциализацию результатов научной деятельности. При этом следует отметить, что создание лишь отдельных элементов инфраструктуры nanoиндустрии, а не инфраструктурного комплекса направленного на поддержку всех этапов коммерциализации технологий, не позволило полностью решить проблемы поддержки процесса коммерциализации технологий.

В связи с этим, обострилась проблема формирования эффективной модели венчурного финансирования наноиндустрии и нанотехнологий как в теоретическом плане, так и для современной экономической практики. Прежде всего, это касается наиболее экономически рискованной стадии создания продукта, а именно «посевной», запускающей инновационный процесс, т.к. в России сложилась парадоксальная ситуация, когда доминирующая доля затрат на технологические инновации приходится на приобретение импортных машин и оборудования, которые, при этом, в общем объеме инвестиций в модернизацию экономики составляют менее 20%.

Все это приводит к незрелости технологического трансфера как процесса коммерциализации накопленных научных знаний и опыта.

Участники инновационного процесса выделяют следующие ключевые факторы, оказывающие существенное негативное влияние на процесс коммерциализации технологий:

- недостаток технологического оборудования для прототипирования и создания опытных образцов;
- недостаточная маркетинговая и информационная поддержка;
- отсутствие посевного финансирования;
- недостаток компетенций у участников инновационного процесса по созданию и развитию малых инновационных компаний.

В качестве решения, Фондом Инфраструктурных и Образовательных Программ при ОАО «РОСНАНО» была разработана и внедрена концепция Нанотехнологических центров (далее НЦ), базирующийся на концентрации в одном месте технологического оборудования и компетенций по инкубированию (маркетинговой, менеджмент и информационной поддержки) малых инновационных компаний. НЦ обладают следующими характеристиками:

- комплексный центр, оснащенный необходимым специализированным экспериментальным, диагностическим, метрологическим, научно-технологическим и производственным оборудованием, ориентированный на введение в коммерческий оборот результатов научных исследований в области наноиндустрии путем технологического трансфера и создания новых компаний.

- объединение работы научных сотрудников, технологов, инженеров, инновационных менеджеров и маркетологов с целью создания и введения в коммерческий оборот продукции наноиндустрии, проведению заказных ОКР и ОТР, а также организации научно-информационного обмена.

- партнерство с учреждениями образования и науки, коммерческими организациями, органами государственной власти субъектов Российской Федерации и муниципальными органами власти.

- Технологическая и инжиниринговая поддержка компаний в сфере нанотехнологий, инкубирование малых инновационных компаний, доработка и внедрение новых технологий.

К функциям Нанотехнологического центра относятся:

1. Проведение ОКР и ОТР по заказу коммерческих заказчиков.
2. Обеспечение доступа пользователям инфраструктуры к МТБ НЦ для проведения прикладных разработок.
3. Обеспечение маркетинговой и менеджмент-поддержки.
4. Патентное и лицензионное обеспечение компаний и защита интеллектуальной собственности.
5. Создание условий для посевного финансирования и инкубирования Малых инновационных компаний (инновационных стартапов), включая «упаковку» малых инновационных компаний. Под «упаковкой» малых инновационных компаний понимается формирование проектной команды, выбор бизнес-модели, поиск партнеров и привлечение посевного/венчурного финансирования.
6. Содействие образовательной деятельности, организация и проведение тренингов и семинаров.
7. Проведение испытаний, включая сертификационные.

Нанотехнологические центры создаются и функционируют в координации с создаваемой Национальной нанотехнологической сетью – совокупность предприятий различных организационно-правовых форм, обеспечивающих и осуществляющих скоординированную кооперативную деятельность по разработке и коммерциализации нанотехнологий, включая проведение фундаментальных и прикладных исследований, подготовку кадров, развитие инфраструктуры nanoиндустрии, организацию производства и непосредственное производство нанотехнологической продукции.

В ходе разработки концепции Нанотехнологических центров был проведен анализ эффективности различных бизнес-моделей НЦ. По результатам данного анализа оптимальной и наиболее приемлемой для вхождения частного капитала была определена модель создания и последующего функционирования НЦ на основе трех отдельных бизнес-единиц – Центра трансфера технологий, Имущественного комплекса в части здания и Имущественного комплекса в части оборудования. При общей минимальной рентабельности комплекса в целом, подобный подход позволяет сделать достаточно рентабельной деятельность двух бизнес-единиц из трех, а именно Центра трансфера технологий и Имущественного комплекса в части здания, что позволит привлечь частный капитал к созданию этих двух бизнес-единиц. Инвестиционно убыточным остается Имущественный комплекс в части оборудования, однако данная бизнес-единица может достигать безубыточности по операционным расходам.

При этом плановая доходность проекта по созданию Нанотехнологического центра является положительной с учетом капитализации расходов на оборудование через рост стоимости доли ЦТТ в

инкубируемых проектах. Зачет амортизации обязателен при определении цены выкупа оборудования и стоимости доли ЦТТ в инкубируемых проектах. При этом суммарный финансовый результат проекта по созданию Нанотехнологического центра должен быть положительным.

В рамках НЦ, организованного в формате отдельных бизнес-единиц, каждая бизнес-единица представляет собой отдельное юридическое лицо и осуществляет взаимоотношения с другими бизнес-единицами НЦ на основе договорных отношений. Сам термин «Нанотехнологический центр» в данном случае не несет юридического содержания, обозначая исключительно совокупность соответствующих бизнес-единиц. При этом в рамках научно-производственного процесса разработки и коммерциализации нанотехнологий, отдельные бизнес единицы Наноцентра взаимодействуют друг с другом, пользователями, другими НЦ и прочими учреждениями и институтами различных организационно-правовых форм на основе рыночных отношений (рис. 2).



Рис. 2. Схема функционирования нанотехнологического центра

При этом становится возможной реализация следующих механизмов коммерциализации идей и разработок:

- Выполнение заказных и инвестиционных Опытно-конструкторских работ (ОКР), являющихся важнейшим звеном материализации результатов научно-исследовательских работ. На основе полученных результатов исследований создаются и отрабатываются новые товары и технологии. По мере накопления компетенций планируется оказание инжиниринговых услуг и услуг по прототипированию.

Результатом ОКР является создание объектов интеллектуальной собственности с последующей реализацией в соответствии с типом выполненных ОКР и достигнутыми договоренностями с Заказчиками работ или Инвестором.

- Создание стартапов рассматривается как основная форма коммерциализации научно-технических разработок в области нанотехнологий на начальном этапе (1-3 года) реализации бизнес-модели НЦ. Тематический отсев направлений деятельности проектов, направленных на создание стартапов будет осуществляться в жесткой увязке с научными и технологическими компетенциями, сформировавшимися в регионе нахождения НЦ с целью их наращивания и объединения на единых технологических платформах.

- Формирование технологических компаний на основе стартапов, имеющих единую технологическую базу, включая компетенции и интеллектуальную собственность.

Главной стратегической задачей для достижения заявленных целей НЦ объединение научных и технологических компетенций, включающих банк Интеллектуальной собственности и подкрепленных созданием парка технологического оборудования в форме Технологических компаний по выбранным направлениям специализации. Ключевым условием создания Технологических компаний является привлечение сильного технологического партнера.

Таким образом, можно смело утверждать, что данная концепция позволяет создать новую, совершенную инфраструктуру для развития инноваций и, в частности, нанотехнологий в России.

© Р.Р. Муратова, 2013

З.Ф. Мухамадеева,
доцент кафедры Финансы и налогообложения,
Башкирский государственный университет,
г. Уфа, Российская Федерация

РОЛЬ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ФИНАНСОВОЙ СИСТЕМЕ РЕГИОНОВ

Современное предпринимательство необходимо рассматривать с двух точек зрения: с экономической и социальной. С экономической стороны роль и значение бизнеса можно определить с помощью следующих показателей: доля валового внутреннего продукта (ВВП), создаваемого в бизнесе; доля национального дохода; доля мелких предприятий в общем количестве промышленных предприятий; количество трудоспособности населения, занятого в бизнесе. Социальная значимость предпринимательства имеет разноплановый характер. Результатом развития предпринимательства является: снижение уровня безработицы; полное удовлетворение потребностей граждан в продукции и услугах; в улучшении качества обслуживания; в более высокой удовлетворенности людей своим трудом, в формировании среднего класса в обществе; в формировании многочисленного класса мелких собственников; в снижении забастовок и социальной напряженности в обществе. Малое предпринимательство — это совокупность независимых мелких и средних предприятий, выступающих как экономические субъекты рынка. Эти предприятия не входят в состав монополистических объединений и занимают по отношению к ним в хозяйственном отношении подчиненное или зависимое положение [1, с.50]. Малому предпринимательству присущи: быстрая реакция на требования рынка; высокий уровень специализации; возможность мобилизации ресурсов на перспективных направлениях.

Предпринимательство в России развивается в соответствии с региональными особенностями. Например, в Республике Башкортостане насчитывается более 125,5 тыс. субъектов малого и среднего предпринимательства, которые задействованы во всех видах экономической деятельности региона. Предприятия региона обеспечивают более 17% республиканского объема отгруженных товаров, что составляет 24% от оборота всех предприятий и организаций Башкортостана. По состоянию на 1 января 2011 года в республике насчитывалось более 5,6 тыс. малых предприятий. По количеству малых предприятий республика занимает 3 место среди субъектов ПФО. На предприятиях малого и среднего бизнеса задействовано более 304 тысяч человек. Уровень среднемесячной заработной платы занятых на малых и средних предприятиях республики составляет в среднем 10 558 рублей. Количество предпринимателей на

сегодняшний день увеличивается, поэтому многие исследователи в области экономики утверждают о необходимости разработки новых теоретических баз функционирования малых и средних предприятий, учитывающих современные быстро меняющиеся условия.

По данным мониторинга состояния малого и среднего бизнеса России в условиях кризисного состояния, проведенного центром «ОПОРА РОССИИ» совместно с консалтинговой компанией Бауман Инновейшн, в рейтинге основных проблем бизнеса в кризисный период превалирует «падение спроса» со стороны покупателей, «дефицит финансовых ресурсов» и «неплатежами со стороны покупателей». Серьезными проблемами для предпринимателей остаются: высокие налоговые ставки, жесткая конкуренция, отсутствие квалифицированного персонала, неплатежи покупателей и ужесточение условий поставщиков.

На уровне правительства РФ и регионов приняты основные положения по развитию малого предпринимательства, заложены в содержание проекта «Развитие малого и среднего предпринимательства», который разработан в целях реализации Основных направлений деятельности Правительства РФ на период до 2012 г. Предложенная в проекте программа поддержки малого и среднего предпринимательства включает в себя следующий комплекс мер:

- Обеспечение доступа малых и средних предприятий к госзаказу для поддержания спроса на их продукцию.

- Поддержка малых и средних предприятий-экспортеров путем предоставления им финансовых субсидий за счет средств бюджетов всех уровней, а также путем активизации деятельности торговых представительств РФ в зарубежных странах.

- Обучение начинающих предпринимателей основам экономики, управления, права на основе софинансирования программ обучения со стороны государства и самого предпринимателя, для повышения «выживаемости» малых компаний на начальном этапе их деятельности.

- Формирование инфраструктуры поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства путем создания на уровне регионов и муниципалитетов бизнес-инкубаторов, гарантийных фондов поручительств по кредитам малых компаний.

- Снижение издержек малых и средних предприятий, связанных с налогообложением и административными барьерами при осуществлении предпринимательской деятельности.

- Формирование института «обратной связи» с предпринимателями для получения реакции на решения, принимаемые госорганами.

- Популяризация идей предпринимательства среди молодежи, разъяснение государственной политики в области содействия развитию предпринимательства с использованием возможностей средств массовой информации, Интернета, наружной рекламы.

Миссия, возложенная обществом на предпринимательство, весьма высока: его развитие способствует ускорению экономического роста государства, позволяет нейтрализовать безработицу и другие негативные явления рыночной экономики, является одним из эффективных путей самореализации человека. Резко повышается роль предпринимательства в связи с наметившимися тенденциями перехода от менеджериальной экономики к экономике предпринимательской, от традиционного - к предпринимательскому стилю управления социально-экономическими процессами. Несмотря на то, что предпринимательство занимает прочное место в отечественной экономике, оно не полностью реализует свои социальные функции и имеет в России недостаточно высокий социальный статус. Наибольшее значение приобретает конструирование позитивного имиджа предпринимателя, будущего работодателя для современной молодежи, которое способствует созданию цивилизованных рыночных отношений в России, формированию общества социального партнерства. Формирование благоприятного отношения к предпринимательской структуре (фирме), ее деятельности и самим предпринимателям, борьба за позитивное общественное мнение и деловую репутацию, приведет к стимулированию выпускников ВУЗов идти в малый и средний бизнес, открывать собственные предприятия. Дефицит квалифицированных кадров является наиболее остро стоящей перед российским предпринимательством проблемой, для решения которой необходимо разработать адекватную новым условиям методологию делового образования, в рамках которого осуществляется подготовка специалистов для сферы малого и среднего предпринимательства.

Отношение россиян к предпринимательству, постоянно меняется и носит противоречивый характер. Большинство считают, что бизнес и мораль совместимы, при этом, правда, многие россияне уверены, что в России честный бизнес невозможен. Положительно оценивая предпринимательство в целом, общественное мнение весьма критично настроено к тем формам, в которых оно сейчас развивается. Показательно в данной связи отношение наемных работников к вопросу о легитимности собственности, которую обрели их сегодняшние хозяева (в малом и среднем бизнесе собственник предприятия, как правило, является одновременно и руководителем). Основная часть населения считает, что собственность не легитимна, причем не столько с точки зрения нарушения законов, а с морально-нравственной стороны. Речь идет о методах проведения ваучеризации, обмане трудовых коллективов, сделках сомнительного характера, связях с криминальными структурами. Несмотря на то, что процессы перераспределения собственности далеки от представлений основной части населения о справедливости, большинство наемных работников, не требует деприватизации, полагая, что их положение зависит главным образом от политики государства, которое должно создать условия для подъема

реального сектора. Имидж предпринимателей в глазах населения мало привлекателен, прежде всего, из-за несовместимости с образом «честного бизнесмена» их морального облика. Современных предпринимателей на сегодняшний день стала заботить собственная репутация, потому что она гораздо дороже благосклонности чиновника и гораздо выгоднее сиюминутной прибыли. Предприятия бизнеса и сами предприниматели все в большей степени вынуждены конкурировать между собой и обращаться к таким новым для них инструментам конкуренции, как имидж. Обострение конкуренции связано с несколькими факторами: мировым экономическим кризисом, увеличением количества малых предприятий, спадом спроса на продукцию/услуги.

По данным исследовательского проекта Опора России «Предпринимательский климат в России: индекс Опоры 2010-2011», российский бизнес-климат для малого и среднего бизнеса выглядит непривлекательно. По большинству показателей Россия находится во второй, неблагоприятной половине рейтингов, при этом по ряду показателей – в числе явных аутсайдеров. Наиболее серьезное отставание России отмечается в вопросах финансирования, доступности квалифицированных кадров и, в частности, квалифицированных управленцев, а также в вопросах внедрения новых технологий.

Одной из важных задач современного предпринимательства является решение проблем трудоустройства населения, которому было уделено внимание в ходе исследования. Более 50% руководителей и собственников бизнеса удовлетворены показателем текучести кадров на предприятии, снижением зарплат, урезание премий и увольнение сотрудников. Это считается в среде предпринимателей мерами действенными и проверенными. Занимаясь более приоритетными задачами, а именно извлечение максимальной прибыли от деятельности предприятия, минимизация затрат в деятельности, трудоустройство работников и другие подавляющее большинство руководителей не занимаются формированием своего корпоративного бренда на рынке труда. Для них характерен подход, при котором подобная работа проводится только с отдельными, интересующими организацию специалистами. «В тех кругах, которые нам интересны, нам не приходится что-то долго и развернуто объяснять. Если мы хотим привлечь какого-то человека, то готовы потратить время, чтобы дать ему требуемое представление о ситуации.

Для большинства современной молодежи в выборе альтернативного пути трудоустройства, одним из направлений является создание собственного бизнеса. Однако анализируя рынок и рыночные отношения, неустойчивые тенденции в развитии предпринимательства, отсутствие четких мер по поддержанию малого и среднего бизнеса со стороны государства, приоритет отдается государственным предприятиям. Непривлекательными для студентов становятся малые предприятия. При

выборе места работы, студенты анализируют отрасль, в которой работает компания, и ее положение на рынке, репутацию компании, корпоративную этику в компании, отношение руководства к сотрудникам, доходы компании, официальное трудоустройство работников и многие другие показатели. К сожалению, малый бизнес не отвечает многим требованиям будущих работников.

Современные предприниматели не проводят работу по привлечению студентов и молодежи в бизнес, нет эффективных рекламных компаний по продвижению собственного бизнеса и создание положительного отношения к малому предпринимательству. Это связано, прежде всего, с отсутствием финансовых ресурсов и затруднительным материальным положением многих компаний.

В свою очередь государство не может обеспечивать рабочими местами всех выпускников Вузов и молодежь. Поэтому необходимо создавать благоприятные условия для будущих специалистов не только в государственной, но и в частной сфере.

В свою очередь, формирование и развитие предпринимательства как социального института становится непривлекательным для будущей трудовой молодежи. Студенты ВУЗов не рассматривают частный бизнес как гарантированное место работы. Это в свою очередь рисует образ, имидж современного работодателя в глазах студентов, не соответствующий образу современного предпринимателя.

Таким образом, для развития малого предпринимательства необходим комплекс мер по поддержке малого бизнеса, включающий стимулирование спроса на продукцию малых компаний, объектам недвижимости и технологической инфраструктуре, снижение административных барьеров, формирование дополнительных институтов, деятельность которых направлена на содействие реализации предпринимательских инициатив. Однако результативность указанных мер будет определяться полнотой и своевременностью их реализации, а также наличием необходимых финансовых ресурсов.

Список использованной литературы:

1. Муравьев А.И. и др. Малый бизнес: экономика, организация, финансы. – М.:Бизнес и банки, 2001. – С. 127.
2. Герчикова И.Н. Регулирование предпринимательской деятельности: государственное и межфирменное. – М.: Консалтбанкир, 2006. – С.98.

© 3.Ф. Мухамадеева, 2013

О НАЛОГЕ НА НЕДВИЖИМОСТЬ

Налог на недвижимость существует в большинстве цивилизованных государств и является основным источником пополнения местных бюджетов. Поэтому его введение в настоящее время является необходимым условием для повышения доходов муниципальных образований.

Налог на недвижимость будет вводиться вместо налога на имущество и земельного налога для физических и юридических лиц и относится к местным налогам.

В настоящее время в соответствии с Налоговым кодексом Российской Федерации, законом «О налогах на имущество физических лиц» россияне уплачивают налог на имущество физических лиц и земельный налог, которые полностью зачисляются в местные бюджеты. Конкретные размеры налоговых ставок по данным местным налогам устанавливаются представительными органами муниципальных образований.

Налоговая база налогов на имущество физических лиц определяется как инвентаризационная стоимость имущества, учитываемая в Бюро технической инвентаризации. Ежегодно не производится переоценка инвентаризационной стоимости, поэтому она отличается от реальной рыночной стоимости в десятки раз.

Кроме того, согласно действующему законодательству освобождены от уплаты налога на имущество физических лиц пенсионеры, получающие пенсии, назначаемые в порядке, установленном пенсионным законодательством Российской Федерации. При этом количество объектов имущества, находящихся в собственности пенсионера, значения не имеет. Например, пенсионер, имеющий на праве собственности две квартиры, по двум квартирам освобожден от уплаты налога.

Таким образом, размер действующего налога на имущество физических лиц на сегодняшний день незначителен, и он не имеет ничего общего с реальной экономикой на рынке недвижимости.

Теперь о земельном налоге. В соответствии с Налоговым кодексом Российской Федерации плательщиками земельного налога являются как юридические, так и физические лица, имеющие земельные участки на праве собственности или на праве бессрочного пользования. С 1 января 2006 года исчисление данного налога производят от кадастровой стоимости земельных участков. Ставки налога могут быть установлены в пределах от 0,3 до 1,5 процента.[1, с.20]

На сегодняшний день все еще не завершен процесс создания земельного кадастра, это означает – отсутствие налоговой базой по отдельным земельным участкам, следовательно, в нарушение Земельного кодекса Российской Федерации использование земли частично осуществляется на бесплатной основе. Нежелательно, чтобы аналогичная ситуация повторялась и с налогом на недвижимость. Прежде чем вводить налог, необходимо закончить работу по определению кадастровой стоимости имущества, размер которой должен учитывать местонахождение имущества, его срок нахождения в эксплуатации и другие критерии. При этом особенно требуется тонкий подход по вопросу оценки жилья, так как в настоящее время, когда все расходы на строительство завышены, очень тяжело справедливо проводить рыночную оценку жилья.

Также имеются вопросы с определением кадастровой стоимости земельных участков, находящихся под многоквартирными домами. Собственники жилья в многоквартирных домах в соответствии с действующим законодательством являются собственниками земельных участков. Однако не все собственники жилья в многоквартирных домах производят уплату земельного налога. В итоге получается, указанная категория налогоплательщиков пользуется земельными участками, а налог уплачивается только отдельными жильцами. [1,2, с.14]

В отдельных случаях встречаются организации, использующие земельные участки в производственных целях, и не производят уплату налога. В частности, новые организации, преобразованные на базе обанкротившихся организаций, не торопятся с оформлением земельных участков. В данной ситуации должны быть заинтересованы в первую очередь органы местных самоуправлений, так как потеря доходов касается только их бюджетов. А на практике оформление права собственности на земельные участки займет не менее шести месяцев.

Действующим законодательством предусмотрено исчисление и уплата налога на имущество организаций производится организациями, имеющими на балансе движимое и недвижимое имущество, в качестве основных средств, с применением ставки в размере 2,2 процента. При этом представительные органы субъектов РФ имеют право устанавливать пониженные ставки налога. [1, с.23]

Каждый налогоплательщик занимается оптимизацией налоговых платежей, подтверждением того является, что многие организации в течение нескольких лет подряд не производят переоценку основных средств. То есть, стоимость основных средств не соответствует их реальной стоимости. Если учитывать средний процент ежегодной инфляции, то можно сделать вывод о том, что налоговая база по данному налогу в целом занижена. Следовательно, налог на имущество не в полном объеме поступает в региональные бюджеты.

Для введения нового налога имеются некоторые противоречия. Например, земля и здания могут быть находиться на праве разных собственников, в частности, земля может быть государственной, или же предоставлена в аренду, а дом принадлежать частному лицу. А заставить домовладельца выкупить земельный участок процесс длительный.

Учитывая изложенное, для установления налога на недвижимость необходимо создать единый объект налогообложения, который состоит из земли и строений на ней. Главный смысл заключается в том, что налог будет взиматься не от инвентаризационной, а от кадастровой стоимости объектов (приближенной к рыночной стоимости). Для создания более точной налоговой базы качественно должна проводиться кадастровая оценка объектов капитального строительства. Определение кадастровой стоимости объектов незаконченного капитального строительства остается отдельным вопросом.

Экономически обоснованно должны быть установлены и другие элементы налога на недвижимость, а именно, минимальная необлагаемая база налога, его ставка, а также предоставление льгот. Если пенсионер имеет на праве собственности более одного объекта имущества, то льгота по уплате налога должна распространяться только по одному объекту по его выбору. Было бы объективно, если более высокая ставка налога установлена, в случаях, когда человек получает имущество, имеющее высокую кадастровую стоимость, по наследству. Тогда более обеспеченные слои населения платили бы налог больше по сравнению с другими категориями граждан.

В целях сокращения срока строительства жилья, можно установить повышенные ставки налога на незавершенное строительство, для организаций, занимающихся данным видом деятельности.

Более полное представление исчисления и уплаты налога на недвижимость можно рассмотреть на примере. Исчисление налога на имущество физических лиц осуществлялось с применением ставки налога в размере 0,4 процента. Земельный налог исчислен с применением действующей ставки налога в размере 0,3. [1, с.18]

Семья, проживающая в двухкомнатной квартире, площадью 60 квадратных метров, инвентаризационной стоимостью 500 000 рублей, расположенной на земельном участке кадастровой стоимостью 300 000 рублей в 2013 году будет уплачивать налоги в следующем порядке.

1. Земельный налог 900 рублей ($300000 \text{ руб.} * 0,3\%$), налог на имущество физических лиц – 2 000 рублей ($500\ 000 * 0,4\%$), всего – 2 900 рублей.

Допустим, в 2014 году кадастровая стоимость данной квартиры будет оценена в 10 раз выше, чем ее инвентаризационная стоимость, и составит 5 000 000 рублей, а кадастровая стоимость земельного участка останется на уровне прошлого года. Учитывая, планируемую минимальную

ставку в размере 0,3 процента и предоставляемого вычета по жилью до 20- и квадратных метров, семья должна производить уплату налога на недвижимость в сумме 10600 рублей ($5\,300\,000 / 60\text{ кв. м} * 40\text{ кв. м} * 0,3 / 100\%$).

Как видно, за одно и то же имущество сумма налога на недвижимость начислена в 3,6 раза выше по сравнению с начисленными суммами земельного налога и налога на имущество физических лиц.

Таким образом, сумма начисляемого налога будет зависеть от кадастровой стоимости имущества и размера ставки налога. В данном примере кадастровая стоимость квартиры в 10 раз выше по сравнению с ее инвентаризационной стоимостью. Она может быть оценена более чем в 10 раз. Следовательно, сумма налога будет выше.

Желательно, чтобы введение налога на недвижимость обеспечило более справедливое распределение налоговой нагрузки между различными слоями населения и служило основным источником пополнения бюджета муниципальных образований.

Список использованной литературы:

1. Налоговый кодекс Российской Федерации.
2. Земельный кодекс Российской Федерации.
3. Закон РФ «О налогах на имущество физических лиц» от 09.12.1991 года № 2003-1, с учетом внесенных изменений и дополнений.

© Р.Н Мухаметшина, Р.С. Савельева, 2013

УДК 336

Ю.В. Немцева,
доцент кафедры финансов,
Новосибирский государственный университет
экономики и управления «НИНХ»,
г. Новосибирск, Российская Федерация

ПОДХОДЫ К ИДЕНТИФИКАЦИИ РИСКОВ ОСНОВНЫХ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ СТРАХОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

В современной экономике страхование выполняет функцию финансового стабилизатора, позволяя без использования государственных ресурсов обеспечить компенсацию убытков, возникающих в процессе общественного воспроизводства в результате различных природных, техногенных и социальных катастроф. В целях обеспечения развития экономики страны и стабильности финансового рынка необходимо не

только обладать информацией о текущем финансовом положении страхового сектора, но и иметь представление о степени его потенциальной уязвимости к рискам и финансовой устойчивости в будущем.

Изучение международного опыта осуществления страхового надзора показало, что надзорные органы, входящие в Международную ассоциацию страхового надзора (МАСН), требуют от страховщиков:

- идентифицировать виды рисков, с которыми они могут столкнуться, оценить, и эффективно ими управлять (что актуализирует проблему отсутствия устоявшейся классификации видов рисков);

- иметь системы и методики управления рисками, способные оперативно их выявлять, измерять и контролировать;

- иметь эффективные процедуры управления активами и пассивами, обеспечивающие их согласованность и минимизацию рисков [12].

Действия в условиях неопределенности предопределяют стохастическую природу результатов деятельности страховой организации, чьи риски характеризуются многообразием, обширным спектром проявления, спецификой их реализации в отдельных сферах страхового бизнеса. Анализ научной литературы в сфере риск-менеджмента показал отсутствие единообразных подходов к классификации видов рисков, с которыми сталкиваются страховщики в процессе осуществления своей предпринимательской деятельности, а также к оценке их значимости с точки зрения влияния на результаты этой деятельности. В теории и практике используют множество критериев классификации рисков, угрожающих бизнесу страховщика, в основном полно отражающих все их разнообразие, но имеющих порой слабо обоснованную структуру, состав для восприятия и анализа. В зарубежной практике, например, Babel и Santomero (1997), идентифицируют следующие риски, стоящие перед страховой компанией: фактический риск, являющийся результатом ценообразования на финансовые продукты из-за неадекватной нормы прибыли от продаж и в результате понесенных издержек; систематический риск, возникающий из-за того, что активы или обязательства зависят от изменений рыночного портфеля; кредитный риск возникает в результате неисполнения заемщиками своих обязательств; риск ликвидности связан с невозможностью исполнения страховщиком в краткосрочной перспективе своих обязательств из-за отсутствия ликвидных активов; операционный риск как следствие сбоев в бизнес-процессах страховой организации; юридический риск может возникнуть в результате изменения правовой среды, в которой действуют страховщики [4, с.14]. Эксперты компании «Ernst & Young», констатируя фактическое перераспределение основных угроз и рисков для бизнеса в посткризисный период, выделяют такие бизнес-риски, влияющие на страховую отрасль: кредитный кризис; несоответствие законодательным требованиям (как реакции законодательных органов на мировой финансовый кризис и ужесточение

требований, например, к величине уставного капитала); углубление рецессии; радикальная экологизация; выход новых игроков на рынки; снижение затрат (особенно актуально для российского рынка по причине постоянно растущей доли расходов на ведение дел); кадровая политика; управление союзами/альянсами и исполнение сделок; устаревание бизнес-моделей; риск потери репутации [7,с.137]. Несмотря на то, что подобные классификации довольно произвольны, они представляют определенную практическую ценность. Во-первых, они необходимы при анализе бизнеса с точки зрения подверженности рискам; во-вторых, структурированность помогает лучше идентифицировать риски; в-третьих, классификация используется в процессе формирования корпоративной политики управления рисками при выборе организационной структуры риск-менеджмента, поскольку необходимы различные профессиональные навыки для управления различными типами риска. Например, работа со страховыми рисками требует знаний и навыков в понимании системы ответственности, урегулировании требований третьих лиц, контроле за убытками. А управление процентным или валютным риском требует навыков работы на финансовых рынках и знаний экономики финансов.

При исследовании профиля рисков страховой организации можно выявить ряд классификаций по источникам риска, используемые российскими авторами. Так, Р.Юлдашев и Л.Цветкова классифицируют риски страховой компании, основываясь на решениях субъектов страхования [11]. Э.Уткин, Ю.Финогорова выделяют риски в зависимости от их связи со страховой деятельностью [8,10]. Интересным представляется подход Т.Исаковой, С.Беженкова по выделению групп рисков страховой деятельности (понимаемой как деятельность страховой организации в целом) на: страховые (андеррайтинговые и риски обеспечения); риски активов (изменение рыночной стоимости, процентных ставок, инфляции); кредитные (в отношении перестраховщиков и отдельных инвестиционных активов); операционные риски. Влияние рисков на финансовые потоки страховой организации иллюстрирует таблица 1 [5,3].

Таблица 1

Риски и финансовые потоки страховщика

Риски	Финансовые потоки
Андеррайтинговый риск	Премии, страховые выплаты, страховые резервы, перестраховование
Кредитный риск	Дебиторская задолженность, возврат доли перестраховщика, инвестиции
Перестраховочные риски	Страховые выплаты, Страховые резервы
Риски обеспечения	
Юридические риски	
Риск баланса	Доход от инвестиционной деятельности, инвестиции
Процентный риск	Доход от инвестиционной деятельности, инвестиции, страховые резервы

Современные процессы глобализации и интеграция России в мировой страховой рынок требуют оценки стабильности страхового сектора в соответствии с международными нормами. Международная ассоциация страхового надзора оценивает подверженность страховых компаний ряду следующих рисков: страховым, рыночным, кредитному, операционному, риску ликвидности (см. рис. 1)[9,с.37].

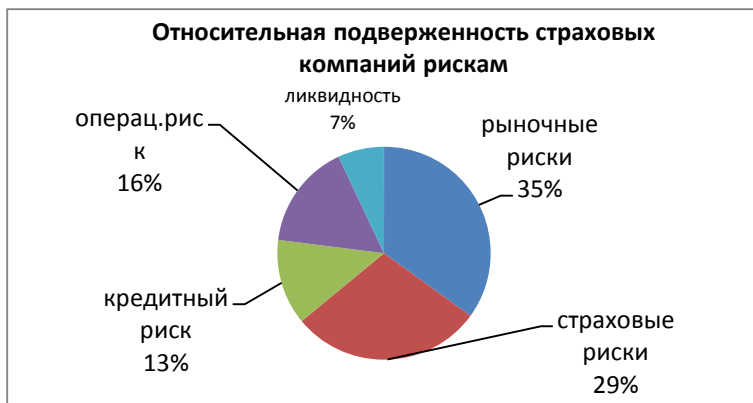


Рис. 1. Относительная подверженность страховых компаний рискам

Подход к построению профиля рисков страховых организаций, гармонизированный с мировой практикой требует оценки и управленческого воздействия на следующие риски (табл.2).

Таблица 2

Профиль рисков страховых организаций

Группа рисков	Вид риска	Факторы риска	Инструментарий оценки
Страховые – риски возможных потерь в случае выбора неправильной стратегии по	Риск андеррайтинга –риск возможных потерь в случае принятия на страхование перечня неоправданных рисков или ошибочный выбор объектов страхования	-неадекватное определение цены на оказываемые услуги по страхованию риска; -резкий рост/снижение стоимости принятого на страхование объекта в течение срока действия договора страхования; -непрогнозируемые выплаты или увеличение их частоты; -рост стоимости перестрахования; -географическая или отраслевая концентрация принимаемых на	Стресс-тестирование

оценке и принятию рисков на страхование		страхование рисков и др.	
	Риск катастроф – риск возможных значительных потерь	-наступление катастрофических событий, повлекших крупные выплаты или множество одновременных выплат; -возможный отказ перестраховщиков от выполнения обязательств по договорам перестрахования и др.	
	Риск снижения размера технических резервов	-неадекватное формирование технических резервов; -частое осуществление страховых выплат; -досрочное расторжение договоров страхования из-за потери страховщиком репутации или колебаний процентных ставок по договорам накопительного страхования, др.	
Рыночные отрицательное изменение стоимости активов и пассивов, подверженной рыночным изменениям	Процентный риск	-изменения ситуации на финансовом рынке, повлекшие рост/снижение процентных ставок, что, в свою очередь, негативно сказалось на финансовом положении страховщика (процентный риск в долгосрочных видах страхования)	Анализ динамики соответствующих количественных показателей: -отношение рыночной стоимости активов к их балансовой стоимости; -доля вложений в акции в общей сумме активов (фондовый риск); -отношение чистой открытой валютной позиции к капиталу (валютный риск); -дюрация активов и пассивов и др.; Стресс тестирование
	Фондовый риск	-изменение стоимости отдельных категорий активов (ценных бумаг, недвижимости и пр.)	
	Валютный риск	-изменения курсов валют	
	Кредитный риск – риск возможных потерь в случае невыполнения своих обязательств контрагентом	-банкротство перестраховщика и необходимость выплат при истекшем сроке страхования; -концентрация кредитного риска, т.е. высокая степень зависимости от платежеспособности одного	Анализ динамики соответствующих количественных показателей: -отношение дебиторской задолженности и общей суммы страховых премий; -отношение

		крупного партнера по договору; -проблемы партнеров, в отношении которых компанией были выданы гарантии и поручительства и др.	дебиторской задолженности и общей суммы активов и др. Стресс тестирование
Операционные – риск аварий, отказов внутренних систем, процедур и систем управления и контроля, ведущих к финансовым потерям	Операционный риск компании	-недостаточная оперативность действий страховщика при авариях систем резервного хранения информации; -мошенничество, способное повлиять на финансовое положение страховщика (в т.ч. страховых агентов); -технологические сбои в работе оборудования и программного обеспечения; -ошибочная маркетинговая стратегия; -ошибки и неправомерные действия персонала и др.	Стресс тестирование
	Риск аутсорсинга	-высокая степень зависимости от одного из каналов продаж (банков, брокеров); -неспособность третьей стороны исполнять надлежащим образом договорные обязательства, и др.	Качественная оценка
	Правовой (юридический) риск	-изменения законодательства (в сфере налогообложения или доступа к осуществлению обязательного страхования) -политическое вмешательство; -наложение взысканий и штрафов, и др.	
	Риск ликвидности – риск потерь, возможных в том случае, если для удовлетворения в надлежащие сроки требований по выплатам окажется доступным недостаточный размер активов	-несогласованность входящих и исходящих финансовых потоков страховщика; -недостаточно диверсифицированный по срокам инвестиционный портфель; -невозможность быстрой реализации страховщиком своих активов, и как следствие, вынужденной их продажи по непривлекательным ценам, и др.	Анализ динамики соответствующих количественных показателей: -соотношение ликвидных активов и текущих обязательств и др. Стресс тестирование

Совокупный итог страховых, инвестиционных, финансовых и других операций представляет собой финансовый результат деятельности страховщика, поэтому для целей формирования системы риск-менеджмента страховой организации целесообразно, на наш взгляд, рассматривать указанные виды деятельности как источники соответствующих рисков для определения степени подверженности страховой организации конкретному риску. Мы предлагаем классифицировать риски, угрожающие страховому бизнесу, по критерию привязки к основным бизнес-процессам организации. Деятельность любой страховой компании включает как общие практически для каждой коммерческой организации бизнес-процессы (так называемые **вспомогательные**), так и специфические для предметной области (в данном случае это страхование) **основные бизнес-процессы**. Несмотря на то, что страховщики могут отличаться и по функциональной структуре, и по построению бизнес-процессов, мы придерживаемся обобщенной схемы функционирования страховой организации. К основным бизнес-процессам следует отнести такие группы бизнес-процессов, как:

- разработка страхового продукта;
- продажа страховых услуг;
- андеррайтинг;
- обслуживание клиентов (договоров);
- урегулирование убытков;
- внутренний аудит страховой деятельности;
- инвестиционная деятельность.

Результаты идентификации рисков основных бизнес-процессов страховой организации, нуждающихся в управленческом воздействии, представлены в таблице 3.

Таблица 3

Профиль рисков основных бизнес-процессов страховщика

Бизнес-процесс	Виды рисков (по убыванию значимости)	Ключевые инструменты управления
Разработка страхового продукта	Операционный риск компании	Обучение и совершенствование системы мотивации персонала Контроль соблюдения законодательства и внутренних правил и процедур Аутсорсинг отдельных функций
	Риск андеррайтинга	Обучение и совершенствование системы мотивации персонала Автоматизация бизнес-процессов, в том числе отдельных (стандартных) процедур контроля Регулярная внутренняя отчетность по операционным рискам

Андеррайтинг	Риск андеррайтинга	Обучение и совершенствование системы мотивации персонала Автоматизация бизнес-процессов, в том числе отдельных (стандартных) процедур контроля Регулярная внутренняя отчетность по операционным рискам
	Риск снижения размера технических резервов	Контроль соблюдения законодательства и внутренних правил и процедур Риск-аудит операций, процедур и направлений деятельности Секьютеризация (в перспективе)
Обслуживание клиентов	Правовой (юридический) риск	Контроль соблюдения законодательства и внутренних правил и процедур Автоматизация бизнес-процессов, в том числе отдельных (стандартных) процедур контроля Необходимый размер собственного капитала организации
	Операционный риск компании	Обучение и совершенствование системы мотивации персонала Контроль соблюдения законодательства и внутренних правил и процедур Аутсорсинг отдельных функций
Урегулирование убытков	Риск ликвидности	Разработка системы перестраховочной защиты Формирование резерва ликвидности Привлечение ликвидности с кредитных рынков
	Кредитный риск	Лимитирование Лимитирование портфельных кредитных рисков Разработка системы перестраховочной защиты Диверсификация
	Риск катастроф	Контроль соблюдения законодательства и внутренних правил и процедур Резервирование Сбор и анализ внутренних и внешних данных по страховым рискам Секьютеризация (в перспективе)
	Операционный риск компании	Обучение и совершенствование системы мотивации персонала Контроль соблюдения законодательства и внутренних правил и процедур Аутсорсинг отдельных функций
Внутренний аудит страховой деятельности	Фондовый риск	Необходимый размер собственного капитала организации Лимитирование Хеджирование Диверсификация Аутсорсинг отдельных функций
	Процентный риск	Лимитирование Хеджирование Аутсорсинг отдельных функций Необходимый размер собственного капитала организации
	Валютный риск	Лимитирование Хеджирование

		Диверсификация Аутсорсинг отдельных функций
	Операционный риск компании	Обучение и совершенствование системы мотивации персонала Контроль соблюдения законодательства и внутренних правил и процедур Разработка планов по обеспечению непрерывности деятельности и действий на случай реализации операционных рисков
Инвестиционная деятельность	Риск аутсорсинга	Необходимый размер собственного капитала организации Диверсификация Регулярная внутренняя отчетность третьей стороны
	Риск ликвидности	Разработка системы перестраховочной защиты Формирование резерва ликвидности Привлечение ликвидности с кредитных рынков
	Фондовый риск	Необходимый размер собственного капитала организации Лимитирование Хеджирование Диверсификация Аутсорсинг отдельных функций
	Процентный риск	Лимитирование Хеджирование Аутсорсинг отдельных функций Необходимый размер собственного капитала организации
	Валютный риск	Лимитирование Хеджирование Диверсификация Аутсорсинг отдельных функций

Необходимо отметить, что развитие ряда процессов, происходящих на российском страховом рынке, способствуют перераспределению основных угроз для бизнеса страховщиков, и усилению значимости кредитного, операционного (риска аутсорсинга, юридического риска) и риска ликвидности для страхового сектора. Изменения в законодательной сфере привели к тому, что пруденциальные нормативы и контроль за размещением активов (ключевой момент в оценке ликвидности и надежности) отсутствуют. С вступлением в силу приказа Минфина РФ № 109н от 27 июля 2012г «О бухгалтерской (финансовой) отчетности страховщиков» утратил силу предыдущий приказ, содержавший требование составления промежуточной отчетности [2]. Отсутствие отчетности не позволяет судить о соблюдении страховщиками нормативов финансовой устойчивости, а снижение информативности баланса (где инвестиции не подразделяются по видам) произошло на фоне увеличения доли активов, передаваемых в доверительное управление, до 50% величины страховых резервов (приказ Министерства финансов РФ от 2 июля 2012г № 100н) [1]. Специалисты рейтингового агентства «Эксперт РА» подмечают тенденции

усиления влияния рисков регулирования (правовой риск), рисков роста бизнеса (операционный риск), страховых рисков (у корпоративного сегмента) и рисков роста расходов страховых компаний) [6]. Степень значимости рисков страховых организаций, нуждающихся в управленческом воздействии, представлена на рис. 2.

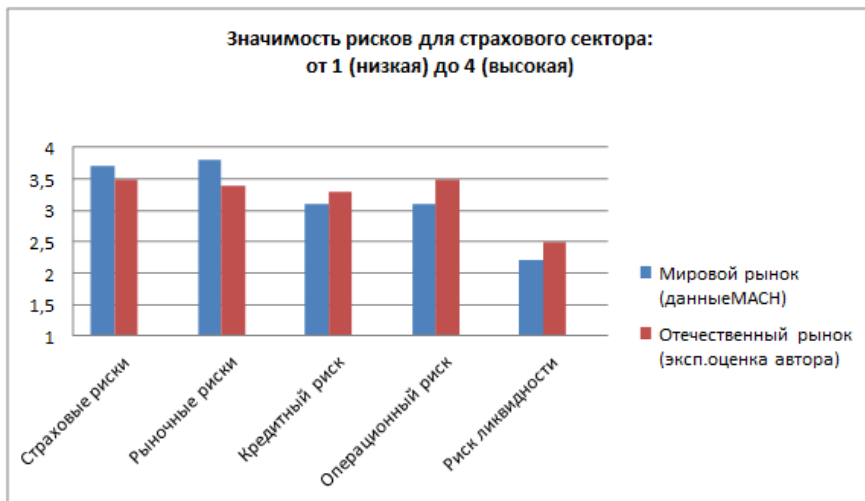


Рис. 2. Значимость рисков для страхового сектора

Список использованной литературы:

1. Приказ Министерства финансов Российской Федерации (Минфин России) от 2 июля 2012 г. N 100н г. Москва "Об утверждении Порядка размещения страховщиками средств страховых резервов". [Электронный документ] URL: <http://www.rg.ru/2012/08/17/st-rezerv-dok.html>
2. Приказ Министерства финансов Российской Федерации (Минфин России) от 27 июля 2012 г. № 109н «О бухгалтерской (финансовой) отчетности страховщиков». [Электронный документ] URL: <http://www.rg.ru/2012/08/17/st-rezerv-dok.html>
3. Беженков С.А. Разработка и адаптация систем информационного реинжиниринга страховых компаний для обеспечения развития процессов риск-менеджмента: автореф. дисс. ... канд. экон. наук. Ростов н/Д, 2007. 34 с
4. Домашенко Д.В., Финогенова Ю.Ю. Управление рисками в условиях финансовой нестабильности. М. : Магистр, 2010. 237с.
5. Исакова Т.М. Методология учета рисков в финансовом менеджменте страховщика // Страховое дело. 2007. № 12. С. 35-41.
6. Ключевые риски и рейтинговые действия «Эксперт РА» на страховом рынке России. [Электронный ресурс] URL: http://www.raexpert.ru/researches/insurance/ins_risks/.

7. Марцинковский Д.А. Управление рисками в современных системах менеджмента/ Д.А. Марцинковский, А.В. Владимирцев, О.А.Марцинковский. М. : «Русский регистр», 2010. С.136-139.
8. Уткин Э.А. Риск-менеджмент. М. :ЭКМОС, 1998. 288с.
9. Сиканевич И. Финансовая стабильность страхового сектора. [Электронный ресурс] URL: www.nbrb.by/bv/narch/459/5.pdf
10. Финогенова Ю.Ю. Страховой риск-менеджмент персональных инвесторов: Монография. М.: Институт МИРБИС, 2011. 246 с.
11. Юлдашев Р.Т., Цветкова Л.И. Практика развития страхового бизнеса. М. : Анкил, 2011. 272 с.
12. Insurance core principles, standards, guidance and assessment methodology. International Association of Insurance Supervisors.2011. [Электронный ресурс] URL: <http://www.iaisweb.org>

© Ю.В. Немцева, 2013

УДК 338

А.А. Ольмесова,
студентка 3 курса экономического факультета,
Дагестанский государственный университет
М.Н. Толчинская,
к.э.н., доцент экономического факультета,
Дагестанский государственный университет,
г. Махачкала, Российская Федерация

ПРОБЛЕМЫ ИНТЕГРАЦИИ РОССИИ В МИРОВУЮ ЭКОНОМИКУ (РЕГИОНАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ)

Международная экономическая интеграция — это процесс хозяйственного и политического объединения стран на основе развития глубоких устойчивых взаимосвязей и разделения труда между национальными хозяйствами, взаимодействия их экономик на различных уровнях и в различных формах. На микроуровне этот процесс идет через взаимодействие отдельных фирм близлежащих стран на основе формирования разнообразных экономических отношений между ними. На межгосударственном уровне интеграция происходит на основе формирования экономических объединений государств и согласования национальных политик.

Бурное развитие межфирменных связей порождает необходимость межгосударственного (а в ряде случаев надгосударственного) регулирования, направленного на обеспечение свободного движения

товаров, услуг, капитала и рабочей силы между странами в рамках данного региона, на согласование и проведение совместной экономической, валютно-финансовой, научно-технической, социальной, внешней и оборонной политики. В результате создаются целостные региональные хозяйственные комплексы с единой валютой, инфраструктурой, общими экономическими задачами, финансовыми фондами, общими наднациональными или межгосударственными органами давления.

Понятно, что невозможно интегрировать в мировую экономику только небольшую часть России внутри садового кольца г. Москвы. Этот процесс невозможен без развития взаимодействия регионов с зарубежными партнёрами во всех сегментах производства и реализации продукции.

Важно отметить, что, несмотря на усилия по выравниванию уровня развития экономики регионов, предпринимаемые в советский период развития нашей страны эту задачу, в целом, решить не удалось. В Российской Федерации имеется незначительное количество регионов – «доноров» бюджета и значительная часть дотационных регионов. При этом, среди регионов «доноров», незначительная часть сохранила свой промышленный сектор экономики (Москва, Московская область, Санкт-Петербург, Ленинградская область, Республика Татарстан, Воронежская область, Новосибирская область и др.), а на территории других расположены месторождения энергоресурсов.

Руководство России неоднократно заявляло о необходимости развития реального сектора экономики, необходимости интеграции в мировое хозяйство на основе развития самых современных технологий, однако сегодня мы не можем сказать о прекращении сырьевого характера взаимоотношений с нашим западными партнерами.

В сложившихся условиях Российское общество и эксперты неоднозначно восприняли завершение долгих переговоров о вступлении России во Всемирную торговую организацию. Последним участником ВТО, который не давал согласие на вступление России, оставалась Грузия. Россия и Грузия при посредничестве Швейцарии 9 ноября 2011 г. подписали соглашение о вступлении России в ВТО. На Министерской Конференции Всемирной торговой организации 16 декабря 2011 г. пакет документов о вступлении России в ВТО был одобрен.

На рисунке 1 представлена структура экспорта России с 1995 по 2010 годы. Здесь явно отслеживается значительный рост экспорта минеральных продуктов, т.е. нефти и газа при сокращении поставок машин, оборудования и транспортных средств. Такая динамика изменений в структуре экспорта прямо противоположна декларируемым задачам.

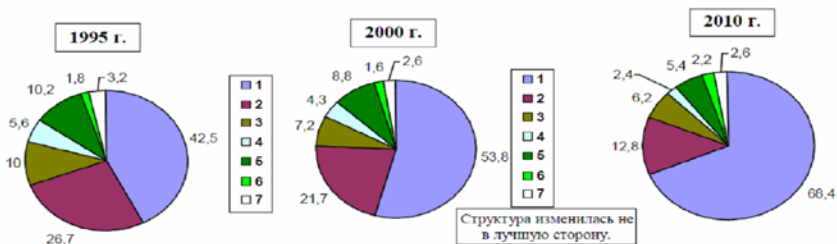


Рис.1 Товарная структура экспорта России, проценты.

- 1 – минеральные продукты; 2 – металлы, драгоценные камни;
 3 – продукция химической промышленности; 4 – древесина;
 5 – машины, оборудование и транспортные средства;
 6 – продовольственные товары и сельскохозяйственное сырье;
 7 – прочие товары. Источник: Росстат [1,с.28]

Несмотря на то, что Россия, вступив в ВТО, будет пытаться защитить внутренний рынок от неконтролируемого импорта товаров, следует ожидать дальнейшего снижения производства. Поэтапное снижение таможенных пошлин приведет к окончательному падению производства товаров потребления в стране, где на подавляющем большинстве предприятий устаревшее, энергоемкое, малопроизводительное оборудование. Кроме того, нам нечего предложить на рынках членов ВТО кроме того, что ранее закупалось ими до вступления России в эту организацию.

В сложившихся условиях следует признать, что рассчитывать на значительные инвестиции в экономику Дагестана не приходится. Чуть ли не единственным промышленным предприятием, продукция которого востребована в странах СНГ, является ООО «Сапфир». Вместе с тем вероятность ее продвижения на рынки западных стран крайне мала.

На фоне характерной для России в целом, и для Дагестана в частности, неконкурентоспособности промышленных предприятий, основные фонды которых с 80-х годов XX века безнадежно устарели, единственно возможным путем могло бы стать производство экологически чистого продовольствия.

Опыт работы предприятий нашей республики в указанном сегменте имелся. После принятия 19 июня 1921 г. Дагревкомом Временного положения о Совете по делам внешней торговли и концессий ДССР в ряде стран были открыты торговые представительства республики. Среди экспортных товаров в то время были: осетровая и севрюжья икра, белуга, тюлений жир, рыбий клей, шкуры тюленя, шерсть, корень солодки, кермек, лекарственные растения, консервы (фруктовые и рыбные), вино. Основная доля поставок осуществлялась в Германию, Турцию и Иран. [3, с.3-7]

Развитие аграрного сектора экономики Дагестана на сегодняшний день является единственным перспективным направлением работы. Осуществление этой сложной задачи возможно только при стимулировании создания крупных агрофирм, на основе самых современных технологий выращивания и переработки продукции.

При условии выверенной, твердой политики федеральных органов власти по обеспечению условий развития рыбного хозяйства Каспийского моря, согласованной с руководством стран каспийского бассейна в среднесрочной перспективе возможен значительный рост добычи биоресурсов. Для обеспечения качественного рывка в производстве и поставке морепродуктов Каспия необходима совместная работа регионов и федерального центра по противодействию браконьерству, использованию данных научно-исследовательских институтов, развитию рыбзаводов, внедрению инновационных методов переработки сырья.

По оценкам экспертов продовольственный рынок в ближайшее десятилетие будет испытывать повышение спроса. Несмотря на противодействие западных стран, Россия в последние годы предпринимает шаги для обеспечения продовольственной безопасности страны. В современное производство продуктов, которые приходится закупать из-за рубежа, вкладываются средства, и есть возможность увеличения экспорта продовольствия.

Совершенно очевидно, что только существенное реформирование экономики на либеральных основах и приведение в соответствие с ней политической системы государства позволит нашей стране стать подлинным мировым лидером. Надо искать выход, который позволит России признать вызовы, с которыми она будет сталкиваться в XXI в.

Эксперты уточняют, что причины высокого регионального и социального неравенства следует связывать не столько даже с ресурсной экономикой, сколько с существующей системой государственных институтов перераспределения доходов, для которых нет внятных стимулов к поддержанию населения, которое не связано с энергетическим сектором. Эксперты уверены: экономический кризис показал, что правительственная Концепция долгосрочного развития - 2020, провозглашающая диверсификацию экономики и преодоление зависимости от экспорта энергоресурсов, в среднесрочной перспективе всех проблем не решит, потому что сейчас она практически не реализуема.

Реализация инновационного сценария (ключевого в рамках Концепции), подразумевающая значительное повышение степени структурной диверсификации экономики до 2020 г., сейчас представляется затруднительной. Преодоление кризиса займет несколько лет, следовательно, этап инновационного прорыва будет отложен и реализован, как считают эксперты, лишь после 2025 г. И главное, считают эксперты, это должно сочетаться с одновременным развитием человеческого потенциала, который заложит в будущем основу для экономического роста России [2].

Список использованной литературы:

1. Гришакина Е.Г. Онтологические аспекты интеграции России в мировое экономическое пространство. // Вектор науки ТГУ. Серия «Экономика и управление». 2011. №4(7). С.25-30.
2. Гришаева Л.Е. Россия и мировая экономическая интеграция. // Наукаипрактика - [Электронный ресурс], URL:http://economicsarggu.ru/2011_1/grishaeva.pdf(обращение 24.04.2013).
3. Ольмесов А.Ш. Листая архивы (Внешнеэкономическая деятельность советов Дагестана, их исполнительных органов в 20-годы). // Советский Дагестан. 1991. №5. С.3-7.

© А.А. Ольмесова, М.Н. Толчинская, 2013

УДК 330

Н.Е. Павлюченко,

студентка 3 курса экономического факультета
Омского государственного университета путей сообщения,
г. Омск, Российская Федерация

ВАЖНОСТЬ БРЕНДА В ВОСПРИЯТИИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Знаете ли вы, что...

«Дружеские отношения ведут к симпатии».

Andrew Ehrenberg, Neil Barnard and John Scriven

Очень много людей не задумываются, какой товар они приобретают в магазинах. Для них не важно, из какого он материала, или какого он качества. Они не обращают внимание даже на то, кто изготовитель товара. Но есть и такие люди, которые выбирают товар в погоне за брендом.

Информация о товаре или его торговой марке, заключается в бренде, воздействует на потребителя, побуждая его к определенным действиям. Очень важно сформировать эмоциональное отношение потребителя к торговой марке на основе информации, представленной брендом.[1,с. 29]

Бренд имеет крепкую связь с потребителем. Зачастую эта связь оказывается настолько сильной, что компенсирует такие недостатки, как отсутствие товара на складе, скверное обслуживание покупателей, задержки с доставкой товара, неудобное время продажи или цены выше среднего показателя.

Итак, бренд — это не только этикетка, марка, цвет, знак, символ, а ещё и то, что находится в сознания у потребителя, то особое отношение к товару которое человек не променяет ни на что. Покупатель должен доверять бренду, а бренд взамен должен давать качество, удобство, хорошее

впечатление, незабываемость, и конечно же правильную позицию у потребителя среди остальных брендов-конкурентов.

Затронем неотъемлемую часть бренда, это его позиционирование. Фактически это то, как бренд воспринимается сознанием покупателя в рамках конкретной ситуации. В идеале, данный аспект должен соответствовать требованиям качества, инновациям, престижу, доверию, безопасности, надежности, эффективности, удобства, заботы о покупателях, социальной ответственности, технологического превосходства и т. п.

Позиционирование бренда определяет направление, необходимое для ориентации потребителей. Оно происходит под влиянием внешней среды и не должно осуществляться без самого бренда. [1, с. 128]

Также следует отметить, что элементы позиционирования бренда могут иметь преднамеренный характер и создаваться маркетологом специально для поднятия уровня продаж. Суть бренда, его обещания и индивидуальность могут также существовать «в сознании потребителей». В идеальном случае то, что существует в сознании потребителей, соответствует задуманному позиционированию бренда. Если это не так остается надеяться на то, что команда бренд-менеджеров сможет оперативно откорректировать бренд таким образом, чтобы удачно добиться этого соответствия.

В ходе данного исследования был поставлен вопрос: Что должен обещать бренд? Для каждого предприятия занимающегося какой-нибудь деятельностью результатом работы должна быть выгода, так вот бренд этому немало способствует. Но, бренд должен нести выгоду самому потребителю. Эти выгоды могут быть функциональными, эмпирическими, касающимися эмоциональных переживаний или самовыражения покупателей.[2]

Итак, мы выяснили суть позиционирование бренда. Далее выявим позицию товара-бренда на практике с помощью сравнительного эксперимента.

Был проведён опрос среди молодежи от 20 лет (Рисунок 1,2)

Наименование значений	«iPhone»	«Телефон неизвестной марки»
Доля опрошенных, %	67	33

Рисунок 1 — Сравнительная характеристика бренда

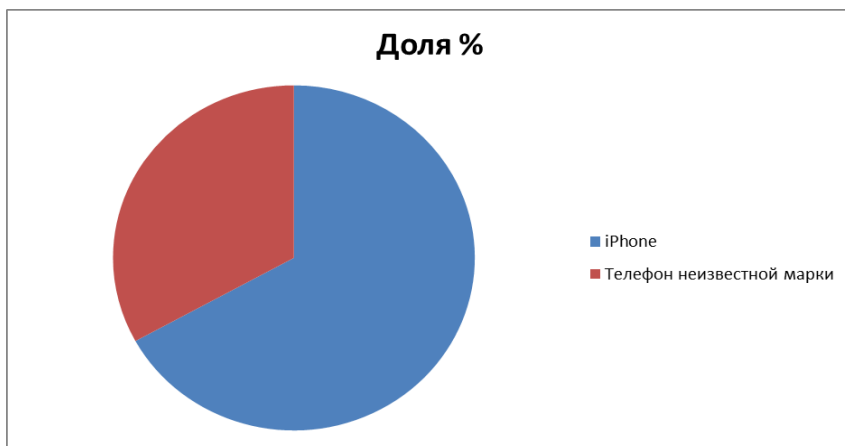


Рисунок 2 - Доля опрошенных в сравнительном эксперименте

Исследование показало, что большинство выбрало «iPhone».

Выбирая «iPhone», люди опирались на то, что эта марка многофункциональная, качественная, имеет лицензию, удобна в использовании, стильная, одним словом бренд.

В нашем мире многие люди не могут позволить себе купить настоящий товар-бренд. Поэтому существует много клонов тех настоящих товаров-брендов. И эта проблема в России наиболее выражена. Клоны это копия товаров-брендов которая по идеи стоит меньше в разы. Но эти же клоны бывают, стоят столько же, тем самым обманывая народ. Так зачем же гонится обычный человек, за брендом или за ценой? Ну как говорить на вкус и цвет товарищей нет.

В современном мире брендами являются целые страны, существуют бренды-государственные институты, бренды-праздники, бренды-географические объекты, брендированные элементы образа жизни, и многое другое. По сути, брендами являются даже такие особенности времяпрепровождения, как бильярд, боулинг, дайвинг или горнолыжный спорт. Как только экономика касается какой-либо из сфер нашей жизни, как только появляется возможность извлечений прибыли из какой-либо потребности человека, в эту сферу тут же устремляется капитал, появляется конкуренция, и как следствие необходимости эффективной конкурентной борьбы создаются все предпосылки для появления брендов. Наивно полагать, что люди не могут являться брендами, они ими являются в первую очередь, все значимые фигуры прошлого и настоящего – бренды в чистом виде.

Список использованной литературы:

1.Макашев М.О. Бренд: Учебное пособие для вузов. — М.:Юнити-Дана, 204. -207 с.

2.Ванэкен Б. Бренд-помощь // [Электронный ресурс]- Режим доступа.

URL:<http://www.iworld.ru/attachment.php?barcode=978594723988&at=exc&n=0>.

© Н.Е Павлюченко, 2013

УДК 336

А.А. Паршиков,

студент 4 курса факультета международных экономических отношений,
Хабаровская государственная академия экономики и права,
г. Хабаровск, Российская Федерация

ПРИМЕНЕНИЕ QR-КОДИРОВАНИЯ В КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Современное бизнес пространство представляет собой сложную систему отношений между внутренней бизнес-средой и внешними факторами. Доминирующая роль государства в трансляции знаний предпринимателям, имевшая смысл еще какие-то 20 лет назад, сегодня в условиях легкого доступа к разного рода информационным источникам, стала практически незначительной.

В результате преобразований, само понятие «коммерческая деятельность» трансформируется. И одной из основных целей успешного бизнеса наряду с получением прибыли, становится умение создать и организовать индивидуальное бизнес пространство в зависимости от интересов и склонностей целевой аудитории.

Запросы современного общества ставят перед предпринимателем задачу подготовки качественного бизнес-продукта, на него возлагаются надежды по устойчивому развитию всех основных сфер российского общества: социальных, научных, экономических, политических. Качественный рывок в совершенствовании направлений развития торговли откроет новые горизонты для России в современном мировом сообществе. Развитие электронной коммерции как наиболее развивающейся отрасли современных торговых отношений и становится таким рывком.

Кроме того, сегодня конкурентоспособность и рентабельность бизнеса все больше зависит от того, насколько быстро и оперативно данные о бизнес-процессах поступают к менеджерам, принимающим управленческие решения. По-настоящему высокой эффективности управления способны достичь только те фирмы, где применяются

современные информационные технологии и организован замкнутый цикл передачи данных по информационным каналам.

Внедрение информационных технологий означает не просто наличие компьютерной системы управления, еще это означает наличие цифровых устройств в точках первичного сбора информации, призванных облегчить ввод информации, уменьшить число ручных операций и минимизировать число ошибок при вводе данных.

Среди множества задач, связанных с первичным сбором информации, можно выделить автоматическую идентификацию (распознавание и различение) разнородных предметов (товары, инвентарь, багаж, документы и т.п.). Ее решение предполагает выполнение следующих шагов: присвоение каждому предмету определенного идентификатора (номера или кода), нанесение на предмет специализированной метки, содержащей идентификатор, считывание данных с метки цифровым устройством код данных метки в электронный вид.

В качестве идентификатора можно использовать графические, магнитные, радиочастотные и электронные метки. Все они предназначены для автоматической идентификации и находят применение в различных сферах, но наибольшей популярностью пользуется технология автоматической идентификации штрихового кодирования и штрих-кодовая метка.

Однако на смену штрих кодам приходят новые средства кодирования информации, и одним из самых перспективных таких средств в развитии электронной коммерции, как наиболее развивающейся из отраслей коммерческой деятельности, является QR-кодирование.

Сейчас, наверное, каждому на глаза стали попадаться так называемые QR-коды (от англ. «quick response» - быстрый отклик), на сайтах, в рекламе, билбордах и даже на визитках. Но большинство потребителей товаров и услуг в России не имеют представления о значимости, и способах применения данных «странных квадратиков».

Исходя из результатов исследования компаний J'son & Partners Consulting, Smartest и WapStart о том, как же все-таки можно использовать QR-коды в российских условиях, оказалось, что только треть респондентов (33%) информированы о QR-кодах – они знают и понимают, как можно использовать эту технологию. А 59% опрошенных об этом не осведомлены и еще 8% о технологии знают, но неправильно понимают её суть.

QR-коды в России пока ограниченного использования - большая часть пользователей этой технологии (84%) просто переходили после их считывания на веб-сайт и смотрели рекламу, участвовали в каких-то акциях. Даже не смотря на то, что QR-коды в том или ином виде используются в 6 из 20 исследованных розничных сетей, расположенных на территории России, а также транспортными компаниями, в частности авиакомпаниями (они предлагают пассажирам оформить посадочный талон с помощью этой технологии), распространенность их невелика. Только 6% опрошенных

указали, что QR-технология помогла им зарегистрироваться на авиационный рейс, мероприятие и т.д.

QR-код представляет собой матричный код (двухмерный штрих код, бар-код), представляющий информацию для ее быстрого распознавания с помощью камеры на мобильном телефоне. Был разработан и представлен японской компанией Denso Wave в 1994 году. Огромная популярность штрих-кодов в Японии привела к тому, что объем информации, зашифрованной в нём, вскоре перестал устраивать индустрию. Японцы начали экспериментировать с новыми способами кодирования небольших объемов информации в графической картинке.

В отличие от линейного штрих-кода, который сканируют тонким лучом, QR-код определяется сенсором как двумерное изображение. Три квадрата в углах изображения и меньшие синхронизирующие квадратики по всему коду позволяют нормализовать размер изображения и его ориентацию, а также угол, под которым сенсор относится к поверхности изображения. Точки переводятся в двоичные числа с проверкой по контрольной сумме.

Основное достоинство QR-кода, которое и определяет многообразие возможностей его применения — это лёгкое распознавание сканирующим оборудованием (в том числе и фотокамерой мобильного телефона).

Максимальное количество символов, которые помещаются в один QR-код:

- цифры — 7089;
- цифры и буквы (включая кириллицу) — 4296;
- двоичный код — 2953 байт;
- иероглифы — 1817.

В современном мире QR-код довольно широко распространен в странах Азии, медленно развивается в Северной Америке и Европе. QR-код получил огромную популярность пользователей обычной мобильной связью – установив программу-распознаватель, абонент может мгновенно занести в свой телефон любую текстовую информацию, обновлять и добавлять контакты в свою адресную книгу, отправлять SMS-сообщения, переходить по web-ссылкам и т.д.

В Японии такие коды наносят фактически на все товары, которые продаются в магазинах, их чаще всего размещают в рекламных справочниках и буклетах. С помощью QR-кода иногда даже организуют ролевые игры и конкурсы. Японские операторы, которые предоставляют мобильную связь, вместе выпускают телефоны, которые имеют программу для распознавания QR-кода.

Из этого следует что, во-первых, QR-кодом можно закодировать абсолютно любую информацию, как например: номер телефона, имя, адрес сайта, визитную карточку или SMS-сообщение; а, во-вторых, удобство и простота применения дает множество возможностей для бизнеса во всем мире.



Рисунок 1 – Электронная визитка, закодированная при помощи QR-кода

К основным сферам применения QR-кодирования в коммерческой деятельности можно отнести следующие:

1. Создание виртуальных магазинов, расположенных, к примеру, на станциях метро или в любых местах скопления большого количества человек, или, так называемый QR-Shopping. Принцип использования прост - пользователи сканируют QRCode под изображением товара на постере. Постеры могут располагаться на транспортных платформах (остановках). Для совершения покупки потребителям необходимо скачать и установить специальное декодирующее приложение (программу) в своё мобильное устройство (телефон). После чего собранная информация автоматически отправляется в логистический центр магазина. Оператор лишь устно подтверждает сделку, уточняя место и время доставки. Оплата осуществляется любыми способами по факту исполнения заказа.

2. Использование в целях скрытой рекламы в оформительском и промышленном дизайне, а также для политических и социальных кампаний.

3. QR-ритейлинг для расширения рынка сбыта своей продукции и услуг. - Разрабатывая или покупая программное обеспечение, компания регистрирует свой QR-код и использует для постоянной связи с потребителями.

В целом разнообразность использования QR-кодирования по всему миру говорит о том, что в скором времени и российский рынок будет активно использовать этот вид кодировки, который доказал свою простоту, высокую информативность и надежность. Перед торговыми же компаниями стоит непростая задача введения QR-кодирования в оперативные бизнес процессы, и от того насколько быстро и эффективно будет протекать этот процесс зависит дальнейшее развитие этого специфического вида электронной коммерции.

З.А. Петрова,
канд. экон. наук, доцент, кафедра «Таможенное дело и коммерция»,
Курганский государственный университет,
г. Курган, Российская Федерация

И.Ю. Аракелян,
старший преподаватель, кафедра «Таможенное дело и коммерция»,
Курганский государственный университет,
г. Курган, Российская Федерация

РЕГИОНАЛЬНАЯ ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПОЛИТИКА КАК ФАКТОР СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА ТЕРРИТОРИИ (НА ПРИМЕРЕ КУРГАНСКОЙ ОБЛАСТИ)

Актуальность региональной инвестиционной политики вытекает из необходимости интенсивного развития экономики страны и ее регионов. Для активизации инвестиционных вложений необходимо существенно улучшить инвестиционный климат в регионах России, повысить их инвестиционную привлекательность, снизить инвестиционные риски.

Определяющая роль в области институциональной среды инвестиционного процесса несомненно принадлежит государству. Вместе с тем возрастает доля региональной компоненты в данном процессе.

Так, по итогам 2011 г. объем инвестиций в основной капитал по Курганской области составил 27,95 млрд.руб., что на 2,4 млрд.руб. больше чем в 2010 г., темп роста составил 101,2 %.

В 2011 г. в Курганской области наблюдалась положительная тенденция повышения инвестиционной активности субъектов малого и среднего предпринимательства. Об этом свидетельствует увеличение доли привлеченных средств в структуре инвестиций в основной капитал по источникам финансирования, которая составила 65,1 %. Источниками привлеченных средств являлись кредиты банков (19,9 %), бюджетные средства (27 %), заемные средства других организаций (21,1 %).

В то же время, инвестиционный спрос формирует менее 20% внутрирегионального спроса Курганской области, несмотря на отмеченную положительную тенденцию роста инвестиционной активности. Характеризуя инвестиционный климат Курганской области в 2010 г. – 2011 г. рейтинговое агентство «Эксперт РА» определило инвестиционный рейтинг Курганской области на уровне ЗС2: незначительный потенциал – высокий риск. Среди регионов России область занимает 68 место по инвестиционному риску и инвестиционному потенциалу. Что касается иностранных инвестиций в экономику региона, то их современные количественные и структурные характеристики не обеспечивают стабильность инвестиций в основной капитал Курганской области (объем

иностранных инвестиций за период 2000 г.-2010 г. составил 24 млн.долл.США). В то же время внешние инвестиции это не только источник капиталовложений в экономику. Не менее важно то, что они открывают доступ к новым технологиям, эффективным способом организации и управления.

Проблема формирования инвестиционной привлекательности Курганской области таким образом стоит достаточно остро. В то же время можно выделить основные факторы, обеспечивающие инвестиционную привлекательность области:

- наличие промышленного потенциала;
- возможность развития специализации Курганской области на продукции сельского хозяйства;
- наличие запасов топливно-энергетических и рудных полезных ископаемых;
- наличие кадрового потенциала;
- выгодное экономико-географическое положение для развития внешней торговли в рамках Таможенного союза;
- наличие нормативно-правовой базы для государственной поддержки отечественных и иностранных инвесторов.

Основными типичными проблемами, сдерживающими инвестиционную активность в Курганской области являются:

- отсутствие крупных инвестиционных проектов межрегионального значения;
- недостаточная проработка со стороны инициаторов инвестиционных проектов, стратегии развития предприятий с учетом перспектив смежных производств и отраслей, а также экономики Курганской области в целом;
- неготовность многих предприятий реального сектора экономики к привлечению заемных инвестиционных ресурсов в силу высокой стоимости заемного капитала и отсутствия прозрачности финансовой деятельности самих предприятий;
- отсутствие эффективных механизмов привлечения свободных финансовых ресурсов для реализации социально- и экономически значимых инвестиционных проектов, слабая ориентация кредитно-финансовой системы Курганской области на реализацию функций аккумуляции внутренних сбережений и их трансформацию в прямые инвестиции;
- недостаточность банковских инвестиций в экономику из-за высоких кредитных рисков, отсутствия банковского механизма ликвидного залогового обеспечения, недостаточной защищенности такого рода операций;
- сложность прохождения административных процедур при привлечении инвестиций.

Что касается инвестиционного климата Курганской области, то основными проблемами его являются:

- несовершенство нормативно-правовой базы инвестиционной деятельности;

- отстраненность от участия в процессе развития инвестиционной политики области бизнес-сообщества;

Можно выделить приоритетные направления повышения привлекательности инвестиционного климата Курганской области и снижения риска инвестиций:

- совершенствование законодательства в части инвестиционной деятельности;

- содействие в разработке высокоэффективных инвестиционных проектов и их презентации потенциальным инвесторам;

- информационное обеспечение участников инвестиционного процесса.

Совершенствование инвестиционной политики с целью привлечения инвестиций в развитие высокотехнологичных производств предполагает реализацию следующих мероприятий:

- реализация кластерного подхода как инструмента привлечения целевых инвестиций, эффективно усиливающих влияние инвестиционного мультипликатора на темпы экономического развития территорий;

- активизация роли органов региональной власти в оказании содействия предприятиями области по включению в федеральные программы, крупномасштабные проекты и проекты государственно-частного партнерства, а также в процессе создания и развития особых экономических зон федерального и регионального уровней;

- повышение инвестиционной активности предприятий области за счет совершенствования мер государственной поддержки;

- содействие увеличению объемов привлекательности финансовых ресурсов коммерческих банков, лизинговых компаний к инвестированию в модернизацию существующих предприятий области;

- обеспечение развития существующей инженерной и бизнес инфраструктуры для предприятий области в соответствии с увеличением производственных мощностей.

Другое направление – привлечение внешних инвесторов или комплексная поддержка экспортной деятельности предприятий области. Продукция предприятий ЗАО «Курганстальмост», ОАО «Курганмашзавод», ОАО «Курганхиммаш» пользуется неизменным спросом на конкурентных рынках многих стран мира. Инвестиционная привлекательность этих предприятий достаточно высока, поэтому комплексная поддержка экспортной деятельности этих коллективов обеспечит высокую эффективность капиталовложений.

Для повышения эффективности мероприятий, направленных на повышение инвестиционной привлекательности Правительством области утверждена целевая программа, направленная на создание благоприятных условий для привлечения инвестиций в экономику Курганской области на

2011г. – 2015 г. Целевой показатель реализации намеченного – рост инвестиций к предыдущему году в сопоставимой оценке составит в 2013 г. – 105,0 %, в 2014 г. – 107,3 %, в 2015 г. – 107,8 %.

Реализация инвестиционной политики Курганской области будет способствовать осуществлению к 2015 г. – 2020 г. структурных преобразований в экономике, ведущих к росту доли в валовом внутреннем продукте высокотехнологичных отраслей экономики, сферы сложных, технических и бытовых услуг.

В анализе использованы данные официального сайта Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Курганской области (kurganstst.gks.ru).

© З.А. Петрова, И.Ю. Аракелян, 2013

УДК 338.24

Ш.Г. Петросян,

студентка 2 курса социально-экономического факультета

Научный руководитель: **И.В. Иконникова,**

доцент, к.э.н.,

КФ МГТУ им. Н.Э. Баумана,

г. Калуга, Российская Федерация

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ КУЛЬТУР КАК ЭЛЕМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ИНОСТРАННЫХ ИННОВАЦИОННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ В РОССИИ

В мировой экономике прослеживается современная тенденция развития, опирающаяся на инновационные источники роста. Основные черты этого пути развития представляются наукоемкой продукцией, интеллектуализацией ресурсов. Создавая все новые и новые продукты и технологии, общество накопило новые знания, во многом увеличило скорость распространения информации. Сейчас наблюдается активная диффузия новшеств и конвергенция технологий. Механизмы и институциональные основы, созданные в высокоразвитых странах имеют цель распространить и использовать знания в рамках национальных инновационных систем, обеспечить устойчивый рост экономики, определить структурную и параметрическую оптимизацию её элементов, высокое качество и уровень жизни населения. Актуальность данной темы определяется особенностью ситуации в России, которая претерпевает глобальную внутреннюю трансформацию во всех системах, в частности в экономической. В настоящее время в России происходит много изменений в инновационной сфере. Объекты и институты инновационной экономики

являются относительно новыми для нашей страны, а также секторы производства высоких технологий, обеспечивающие новые технологические платформы, находящиеся в стадии становления и обновления. Происходит вытеснение старых форм и методов управления новыми формами и методами, в том числе формы и методы, касающиеся управления персоналом. В нынешних условиях необходимость изменений, преобразований осознана многими производственными организациями. Потребность интеграции инновационной деятельности и в готовности субъектов экономики к ее принятию является обязательным требованием нашего времени. Один из ведущих европейских специалистов в сфере социологии организации - М. Крозье отметил, что современная конкурентная борьба в первую очередь-это борьба за способности восприимчивость к нововведениям, а не за обладание ресурсами, материальными ценностями.

Обратимся к понятию термина инновация. Слово «инновация» берет начало от английского слова *innovation*, которое в переводе означает «введение новаций» (новшеств). В современной литературе существует десятки определения этого термина. В зависимости от предмета своего исследования различные известные зарубежные авторы (Фостер Р., Мончев Н., Твист Б., Роджерс Э., И. Шумпетер и др.) дают разные определения этому понятию. Ключевым моментом трактовки понятия инновация согласно Б.Твисту является коммерциализация идеи или изобретения, а точнее сказать сам процесс. По мнению Ф. Никсона инновация - это совокупность технических, коммерческих и производственных мероприятий, которые улучшают промышленные процессы и оборудование и непосредственно выводят их на рынок. Санто Б. полагает, что инновация – это экономический, технический, общественный процесс, который приводит к созданию лучших технологий, изделий с улучшенными свойствами которые могут при внедрении на рынок могут привести добавочный доход. По И. Шумпетеру инновация – это усовершенствованное сочетание производственных факторов благодаря научным и организационным новшествам, внесенным по инициативе предпринимателя. Исходя из международных стандартов, статистики науки, инновации и техники, инновация –это конечный результат инновационной деятельности, который получил воплощение в виде новых более усовершенствованных продуктов, внедренные на рынок, нового или модернизированного технологического процесса и которые используются в практической деятельности, либо в новом подходе к социальным услугам. В инновационной сфере выделяют также такие понятия как инновационное предприятие и инновационная деятельность. Инновационное предприятие представляет собой предприятие (объединение предприятий) различных форм собственности, у которого инновационная продукция составляет больше 70% объёма его продукции (в денежном выражении). Управление

инновациями – это одна из основных составляющих в структуре ИД. Управлять инновациями в рыночных условиях значит внедрить новые идеи, следовательно и технологии в рыночный контекст в существующих условиях неопределенности. Понятие управления инновациями тесно связано с понятием управления персоналом на инновационном предприятии. **Управление персоналом** – это целенаправленное организованное воздействие на сотрудников предприятия, с целью обеспечения наиболее эффективной деятельности всего предприятия в целом и удовлетворения интересов всего рабочего коллектива и потребностей отдельного сотрудника.

Внедрение инноваций на предприятиях подразумевает под собой реорганизацию всех систем, касающиеся управления персоналом, т.е тоже в свою очередь требует инновационного подхода. В связи с этим потребность в специалистах по управлению персоналом, которые знают особенности работы на инновационном предприятии (умение решать задачи по управлению конфликтами, трудовой мотивации, регулирование межличностных и групповых отношений), растет все больше.

На инновационном предприятии процесс управления персоналом имеет следующие особенности:

- Ориентация на трудовые ресурсы, имеющие высокую квалификацию;
- Определение особых требований к психологическим характеристикам работников;
- Большая текучесть кадров и среди научных работников, и среди специалистов;
- Отсутствие четких методик для определения соответствия соискателей работы предлагаемой должности;
- Неопределенность в понимании параметров организации труда;
- Высокие возможности реализации потребностей высших уровней.

Одним из важных и ключевых аспектов в управлении персоналом на иностранных инновационных предприятиях в России является проблема организационных культур. Т.е проблема состоит в том, как совместить организационную культуру иностранного предприятия с организационной культурой работающих на его российском отделении (филиале и т. д.) россиян.

Очень часто на практике бывает следующая ситуация: иностранные инвесторы работая на российском рынке хотят расширить зону своих действий на новых для них территориях пользуясь уже своей отработанной организационной моделью. Но несмотря на то, что товары и услуги, предлагаемый иностранными предприятиями привлекательны для российского населения, данная стратегия не дает того результата, на который рассчитывал инвестор. Поэтому возникает вопрос: что является

причиной данной проблемы? Причин можно выделить немало, но ключевой является особенности организационных культур представителей разных стран, работающих на одном предприятии.

С точки зрения теории можно это определить как проблематику тезаурусов - ориентационных комплексов, которые строятся на основе разделения «своих» и «чужих». Тезаурусный подход, разработанный Московском гуманитарном университете и ряде других вузов и научных учреждений России, позволяет многое прояснить и понять в поведении сотрудников на всех уровнях. Тезаурус, определяется как полный систематизированный состав информации (знаний) и установок в той или иной области жизнедеятельности, позволяющий в ней ориентироваться, лежит в основе всей системы мотиваций и при этом позволяет извлечь из его изучения важные инструменты управления персоналом предприятия.

С позиции организационных культур можно отметить что, любые стремления внедрить системы организации производства, базирующиеся на инновациях, которые были эффективны в других культурных условиях, будут наталкиваться на барьеры сложившихся тезаурусов и входить в ориентационный комплекс работника в переработанном, переструктурированном виде. С позиций же тезаурусного подхода становится ясным, что такого рода феномены отражают не «тупость» работников, не «саботаж», а естественное для ориентационных механизмов человека переконструирование навязываемой схемы, которое осуществляется в процессе социального конструирования реальности.

Рассмотрим особенности российской и немецкой деловых культур. В обобщенном виде характерные черты немецкой организационной культуры, как они представлены в тезаурусе немецких управляющих. К положительным чертам относят: строгое исполнение сроков, рациональность, устойчивость, лояльность, преданность; четкость, структурированность, понятность, сверхорганизованность, продуманность и прозрачность, высокая ответственность, эффективность. В экспертных оценках, которые дали немецкие топ-менеджеры, подчеркивается, что немцы в деловом отношении более современные, более «хитрые», креативные, оригинальные, неординарные, творческие и т. д. Указывается ясно и логично структурированную организацию работы, систематичность, логичность, обозримость, прозрачность, демократизм в принятии решений. Тотальное планирование, систематизация и стандартизация всех деловых процессов. Минимально возможное количество работников — нет избыточных, ненужных позиций и людей. Работники являются действительно высоко квалифицированными специалистами в том числе, отличные знания иностранного языка. Работники обладают полномочиями, которые позволяют им вести переговоры на равных с принимающими решения людьми. Абсолютная

концентрация на максимальном результате. Стремление к хорошей организации, планомерной и рациональной работе, приветствуются самостоятельные креативные работники с высокой степенью ответственности.

К отрицательным чертам, присущим немецкой организационной культуре, отнесены: слишком большая медлительность, консервативность, негибкость, узкая специализация сотрудников, низкий уровень инициативности персонала. Указывается на «заорганизованность», многочисленные заседания и совещания по дальнейшему совершенствованию организации работы. Вызывает самокритику излишне подробная отчетность и избыточно детальное архивирование документации. Слишком жесткая привязка к графику и срокам, исключая решение текущих вопросов в рабочем порядке. Как правило, после окончания рабочего дня нельзя застать немецкого коллегу в офисе даже в период решения крайне важных для компании проблем. Прямота — национальная черта немцев, и представители других культур часто воспринимают ее как бестактность. В Германии же это - норма.

Если рассматривать российскую организационную культуру, то также можно выделить положительные и отрицательные стороны. К положительным чертам отнесены: командный дух, гибкость в работе, склонность к рискованным решениям, неформальный стиль делового общения и др.

К отрицательным чертам отнесены: иерархия, отсутствие приверженности к делу, высокая персонализация бизнеса, неясная структура, тотальное несоблюдение сроков, неопределенность круга обязанностей и полномочий сотрудников. Кроме того, отмечается, что организационная структура предприятия, как правило, коррумпирована; Бессистемность в принятии решений. «Безопасность» — чуждое в России слово. Сотрудники не мотивированы. Креативность в работе наблюдается крайне редко. Привычка к банкетам с большим количеством крепких спиртных напитков, что абсолютно не принято в Германии и др. Характерно, что сходные оценки немецкой и российской организационной культуре дали как немцы, так и русские, находящиеся на высших позициях в структуре управления предприятиями.

Проблемы, которые возникают при усвоении российских менеджеров требований немецкой организационной культуры:

1. Проблема установки на смену культурных образцов.
2. Перемены в организационной культуре и перемены в образе и стиле жизни.
3. Невозможность однородного освоения чужой организационной культуры.

В решении задачи использования организационной культуры в качестве ресурса повышения экономической результативности предприятия

с иностранным владельцем необходимо отказаться от тактики замещения одной культурной модели другой и более целесообразно выйти на режим диалога организационных культур.

Из вышесказанного можно заключить, что

1) в управлении персоналом таких предприятий целесообразнее идти путем не подавления организационной культуры, наиболее характерной для исполнителей, а диалога организационных культур. Значение фактора диалога организационных культур не будет признаваться важным иностранными владельцами российских предприятий, пока к этому не подтолкнет их конкуренция с другими иностранными владельцами и собственно российскими предприятиями, которые успешно используют для целей своей деятельности положительные стороны российской организационной культуры;

2) в диалоге организационных культур заинтересован не только управленческий корпус, обеспечивающий успешность конкретной деловой организации, но и российская экономика. Организационная культура россиян имеет явные пробелы, которые снижают эффективность производственной деятельности персонала деловых организаций в рыночных условиях.

Таким образом, усвоение организационных культур, которые связаны с мировыми лидерами в экономике и даже в социальном развитии, должно вестись путем изменений в системе образования, в системе переподготовки кадров, повышения квалификации на всех, а не только на иностранных предприятиях. Изменения в указанных областях обеспечит максимальную эффективность работы предприятия в первую очередь в области организации работы персонала, которое является в некотором смысле фундаментом. И это особенно важно в сегодняшнее время, когда инновациям отдаются первенствующие позиции.

© Ш.Г. Петросян, 2013

А.Е. Пискова,
студентка 3 курса магистратуры
по направлению финансовый менеджмент,
Новосибирский государственный университет
экономики и управления «НИНХ»,
г. Новосибирск, Российская Федерация

ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ФИНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА УПРАВЛЯЮЩЕЙ КОМПАНИИ В СФЕРЕ ЖКХ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

В статье выделяются и систематизируются проблемы отрасли ЖКХ с точки зрения руководителя финансового подразделения управляющей компании (УК) в сфере ЖКХ. Делается вывод о необходимости их скорейшего решения как руководством отдельных компаний, так и государством на системном уровне.

Руководителю финансового подразделения управляющей компании в сфере ЖКХ приходится ежедневно сталкиваться со многими проблемами. Несовершенство и требования со стороны внешней среды, поиск эффективного управления и распределения ресурсов внутри компании задают ритм постоянного генерирования управленческой мысли.

На стратегическом уровне перед менеджментом стоит задача в том, чтобы достичь поставленных собственником целей, краеугольным камнем становится проблема максимизации прибыли и развития.

Проблема финансового менеджмента в краткосрочном периоде тактически включает в себя рассмотрение принципов принятия ценовых решений и оперативного комплексного управления текущими активами и текущими пассивами.

Перечислим и раскроем основные проблемы внутренней и внешней среды УК ЖКХ.

Внешние проблемы и запросы среды:

Законодательство. Находящаяся в постоянном реформировании отрасль ЖКХ создает неопределенность, риски и угрозы со стороны государства. Законодательная база постоянно меняется.

Благодаря реализации положений Жилищного кодекса РФ и Федерального закона от 21.07.2007 № 185-ФЗ —О Фонде содействия реформированию жилищно-коммунального хозяйства созданы условия для формирования и развития рыночных отношений в сфере управления многоквартирными домами и предоставления коммунальных услуг, практически реализованы положения о выборе способа управления многоквартирным домом, в массовом порядке создаются управляющие организации (УО), товарищества собственников жилья (ТСЖ), жилищно-

строительные кооперативы (ЖСК), иные специализированные жилищные кооперативы. [3] Однако в коммунальной сфере, по мнению большинства участников исследования ВЦИОМ, условий для работы частных управляющих организаций до настоящего времени не создано.[5] Механизм функционирования и взаимодействия не отработан. Соответственно вытекают следующие проблемы:

- налоговые: нововведения в ставке минимальной оплаты по УСНО, на которой работают небольшие компании, согласно ст.346.18 п.6 НК РФ обязаны уплачивать минимум 1% от дохода даже при отрицательных результатах деятельности. При этом доходом признаются все платежи в пользу поставщиков коммунальных услуг проходящих через расчетный счет УК, но не являющийся по сути доходом. Эти средства УК в полном объеме на основании абонентского договора перечисляет коммунальным компаниям. Реально же выручка как доход самой УК может быть в несколько раз меньше. Управляющая организация оказывает услуги, несет ответственность за их качество и, следовательно, всю сумму коммунальных платежей граждан отражает в составе выручки. Однако на практике это тяжелое бремя, и компании по-прежнему ищут обходные пути. [14]

- нормативно-ограничительные связаны с
- -конкурсными процедурами при отборе УК для новых жилых объектов

- -взаимодействие с поставщиками коммунальных услуг: финансовые потоки по оплате жилищно-коммунальных услуг, организации оплаты происходит не напрямую поставщику, а через абонентский договор УК с поставщиками коммунальных ресурсов.

- -требование раскрытия информации, полнота предоставления информации о финансовых результатах [1]

- контроль муниципалитетов

- трудности при переходе МКД из гигантов в УК юридические, процедурные

Конкуренция. Более 90% перехода многоквартирных домов под управление частных УК стали правопреемниками бывших муниципальных ЖКУ. Переход осуществлялся без участия и согласия собственников на тот момент. Таким образом, предприниматели желающие заниматься данной деятельностью пришли на уже в большей доле занятый рынок. Возможно, выходом могла бы стать рассчитанная емкость рынка как сумма всех площадей под управлением и нормирование при первоначальном разделении фонда жилищ, но этот вопрос должен был регулироваться на уровне администраций на основании жилищного законодательства.

Хотя проведенная нами сравнительная характеристика финансовых показателей компаний и объемов площадей в управлении не всегда показывает повышение уровня рентабельности прямо пропорционально.

Очевидно, что в любом бизнесе интересы собственника и его компании в целом не всегда идентичны. Известны случаи банкротства компаний в сфере ЖКХ и строительства как наилучшего способа ухода от ответственности, при этом не страдают сами собственники. Максимум потери это репутация на рынке и в пределах уставного капитала ООО.

Отсюда вытекает следующая проблема.

Проблема несовершенства рынка. Будучи всегда дотационной и поддерживаемой государством отрасль. По данным исследования ВЦИОМ, проведенном 12.05.2012 года 44% россиян считают обязанностью государства проводить капитальный ремонт жилища. Вопрос о прибыльности управляющих компаний вызывает бурную отрицательную реакцию со стороны собственников многоквартирных домов, поскольку «наиболее высокий интерес (70% опрошенных) вызывает возможность сократить расходы по жилищно-коммунальным услугам. [6] Рыночный механизм эластичности ценового спроса очень нагляден в российской экономике, но при этом остро встает вопрос качества услуги.

Система интересов усложнилась по сравнению с предыдущей ситуацией на рынке, и в ней столкнулись такие целевые установки, как максимизация прибыли и качество предоставляемых услуг. Эти противоречия достаточно ярко проявляются в ценовом процессе. Потребителей волнует качество покупаемых услуг и их цена. Для управляющих и ресурсоснабжающих организаций приоритетом являются финансовые показатели их деятельности. Затраты, прибыль, цена – вот те показатели, которые находятся под их пристальным вниманием.

Проблема ожиданий потребителей. Предъявляемые претензии со стороны собственников- это к гигантам УК ЖКХ, которые из за огромных площадей слабо наладили контроль и индивидуальный подход к собственникам, экономят на профессионалах и не занимаются мониторингом удовлетворения собственников. Именно мелкий и средний бизнес может развить конкуренцию и отношение к собственнику. Оптимально, когда в управлении компании находится от 50 до 300 тыс. м² [4]. Одним из вариантов организации УК ЖКХ может быть холдинговая структура среднего размера, т.е. значительно крупнее любой частной управляющей компании, но меньше, чем управляющие компании, возникшие на основе муниципальных предприятий. В группу, которой входят различные компании, каждая из которых специализируется в своей отдельной области, комплексно обеспечивающие все аспекты жизни в каждом отдельно взятом жилом доме в любом районе города.

В работе современной УК должен использоваться принцип персонализации, индивидуального подхода к каждому дому и клиенту в частности. Это обосновывается тем, что потребители стараются выбирать компанию, оказывающую услуги более оперативно и качественно, предлагающую больше возможностей для жильцов.

Из возможностей следует справедливо отметить

Огромный рынок и потенциал. Емкость рынка, основанная на одной из основных человеческих потребностей – потребности в жилье. Достоинствами этого бизнеса является то, что спрос на услуги в данной отрасли является одним из самых стабильных, так как услуги, оказываемые населению, всегда востребованы.

Сегментация рынка на жилое и коммерческое жилье.

Новые строящиеся жилые объекты и коммерческие помещения. Как альтернатива сложившейся ситуации на рынке монополистов, строительные частные компании организуют в собственных комплексах дочерние управляющие компании. Они осуществляют непосредственное управление новых объектов на договорной основе и часто проходят конкурсные процедуры для этих объектов.

Спрос на арендные отношения позволяют выступать агентом между собственником и арендатором.

Внутренние условия.

Исходя из основных целей, в рамках внешних условий, что может управляющая компания усовершенствовать внутри самого объекта? С какими трудностями сталкивается компания при организации и формировании финансовой политики и финансовый менеджер как управленец?

Профессионализм сотрудников. Многие эксперты отмечали, что существует дефицит профессиональных управленцев в сфере ЖКХ. Поэтому необходима централизованная подготовка управленческих кадров. [5] Сейчас все большее значение приобретает проблема наличия квалифицированных компаний, поскольку для того, чтобы управлять домами, необходимы соответствующие знания и навыки, техническая и финансовая базы, без которых осуществление деятельности в этой отрасли на высоком качественном уровне невозможно.

В настоящее время при поддержке государственных структур происходит формирование НП СРО в сфере ЖКХ. Целью их деятельности является формирование ответственности и профессионального сообщества в сфере ЖКХ в том числе.

В Сибирском регионе существует такая организация под названием Саморегулируемая организация Некоммерческое партнерство "Сибирский межрегиональный центр регулирования деятельности в сфере ЖКХ" (<http://www.sibir-uk.ru>). Участие в данной организации позволяет получать информацию из первых рук по отрасли, способствовать улучшению ситуации в профессиональной среде.

Низкая рентабельность Как уже было сказано, рынок не позволяет закладывать рентабельность выше, исходя из рыночных требований. Тем не менее существует мнение что ситуация может измениться, когда потребители-жильцы начнут полностью оплачивать содержание и

обслуживание жилья в том числе за пределами своей квартиры, так называемые общедомовые нужды. Эксперты считают, что повышение уровня оплаты повлияет на отношение потребителей к качеству предоставляемых услуг через созданные товарищества объединений потребителей ЖКУ, которые выступают в роли заказчика. В таком случае возникают договорные отношения и предполагается получение дохода от создания дополнительных условий. [5]

Анализ сметы управляющих компаний, проведенный нами, показывает, что большинство УК закладывает рентабельность не выше 10% и только на собственные услуги. Организацию работ подрядчиков и ведение учета, информирования жильцов, сбора оплаты за коммунальные услуги вменяется в обязанность без комиссий.

Управляющая компания получает доходы:

- вознаграждение от жильцов, собственников жилья за управление жилым фондом (10-15% от стоимости ЖКУ);
- доходы от оказания жителям МКД дополнительных услуг, не входящих в стандартный перечень услуг, например, уборка квартир;

Максимальный уровень рентабельности, на который может рассчитывать компания, управляющая жилищным фондом - 15%. Причем, по экспертным оценкам, такой уровень рентабельности может дать управление жильем только класса "А".[5]

Согласно исследованию, проведенному Московской городской жилищной палатой, управление жилым фондом становится рентабельным в случае, если площадь управления превышает 40 тыс. м² жилой площади, а это порядка 8 домов с площадью в 5 тыс. м². [9]

Недостаток собственных средств для развития. Проблема становится логическим следствием предыдущей. Результат поиска заключается в том, что формирование увеличения собственного капитала, а также покрытие цены заемного капитала требует увеличения рентабельности.

Эффективность. Управленческое вознаграждение позволяет определить и контролировать величину управленческих издержек, которые всегда существовали, но не имели до этого адекватных инструментов регулирования. Кроме того, управленческое вознаграждение может быть увеличено за счет отдельных мероприятий по энергоресурсосбережению.

Экономическая эффективность обслуживания жилья в соответствии со спецификой отрасли определяется как рациональное использование средств для сохранения физических характеристик жилых зданий [9].

Экономическая эффективность жилищного обслуживания предполагает достижение оптимальных пропорций между тремя направлениями использования средств.

Первую группу образуют средства, необходимые для материального обеспечения и проведения ремонтных работ. Вторая группа представляет

собой средства на оплату труда работников, непосредственно оказывающих жилищные услуги. Третья группа затрат связана с необходимостью управления процессом жилищного обслуживания.

Частная собственность может формировать не только потребительские качества, но и ответственность. История доказала что государственная система управления работает экономически не эффективно в данном сегменте рынка. Расход ресурсов не эффективен поскольку не заинтересованы в результате исполнители. Только собственник имеет стимул. Договорная основа между заказчиком и исполнителем. Договор управления многоквартирным домом относится к срочным договорам, так как в соответствии с ч. 5 ст. 162 ЖК РФ данный договор «заключается на срок не менее чем один год и не более чем пять лет, а в случае, указанном в части 5 статьи 161 настоящего Кодекса, на срок не менее чем один год и не более чем три года».[10]

В традиционно-рыночной парадигме считается, что проблема повышения тарифов может быть решена созданием конкурентной среды. Бизнес добивается эффективного хозяйствования, эффективного использования ресурсов, поэтому устраняет бесхозяйственность. Конкуренция будет сдерживать фирму, оказывающую коммунальные услуги, от повышения тарифов, чтобы не допустить конкурентов на этот рынок. Конкурентный бизнес снижает издержки и себестоимость услуги, поэтому в условиях рынка тарифы на услуги не обязательно должны расти, а могут даже снижаться.

Эффективная система договорных отношений обеспечивает, с одной стороны, экономическую заинтересованность в эффективном управлении жилищным фондом, с другой стороны, создает условия для контроля количества и качества предоставляемых услуг и выполняемых работ, а также позволяет корректировать стоимость работ и услуг в зависимости от качества их предоставления.

Дебиторская задолженность. В силу специфики своей деятельности и законодательных ограничений организации ЖКХ не имеют возможности реализовывать свои услуги на условиях предоплаты, более того услуги данных предприятий оплачиваются только после и при условии их стопроцентного выполнения. Следствием этого является и недостаток – высокий уровень дебиторской задолженности.

Плюсом является ее краткосрочный характер по определению в ЖКХ. При этом, доля сомнительной дебиторской задолженности составляет порой более 50%. Стимулировать путем предоставления скидок не представляется возможным, следовательно остается только разработка штрафных мер и санкций должников в виде пени в размере установленном в законе 1/300 ставки рефинансирования.

Так, практика деятельности управляющих компаний показывает, что более 45 % потребителей нарушают платежную дисциплину, из них:

- 3-5% по причине отсутствия средств (потеря работы, чрезвычайные происшествия и т.п.);

- 15- 20% - платят с нарушением сроков от 1 до 6 месяцев, по причине привычки, менталитета

- 2-3% - граждане с высоким уровнем доходов, которые платят редко (1-2 раза в год) в связи с нехваткой времени или просто потому, что «так удобнее»;

- 1 – 2 % - не платят и отказываются от какого-либо сотрудничества, ждут истечения срока исковой давности т.д. [7]

Из возможностей следует отметить:

Диверсификации бизнеса. Сфера услуг представлена в достаточно широком спектре. Такие компании как Петер Дуссман, 1сf работающие в г.Новосибирске, демонстрируют возможность использования инструмента развития и распределения ресурсов с целью максимизации прибыли: услуги питания, агентства по аренде помещений, представительство интересов собственников помещений за комиссию, клининговые услуги.

Таким образом, проанализировав ситуацию, сложившуюся на рынке ЖКХ для управляющих компаний мы считаем, что необходимо на уровне финансового менеджмента провести разработку финансовой политики учитывающей все элементы внутренней и внешней среды. Решением проблем необходимо заниматься не только на уровне управляющей компании, но и на уровне государства, чьей задачей является совершенствование механизма рыночного регулирования в сфере ЖКХ и улучшения состояния жилищного фонда.

Список использованной литературы:

1. Постановление Правительства РФ «Об утверждении стандарта раскрытия информации организациями, осуществляющими деятельность в сфере управления многоквартирными домами» от 23 сентября 2010 №731.

2. Федеральный закон «О саморегулируемых организациях» от 01 декабря 2007 г. № 315-ФЗ.

3. Федеральный закон «О Фонде содействия реформированию жилищно-коммунального хозяйства» от 21.07.2007 № 185-ФЗ.

4. Маиляна Л.Р. Справочник современного инженера жилищно-коммунального хозяйства. — Ростов н/Д: Феникс, 2006. — 380 с.

5. Доклад Реформа ЖКХ. Управляющие компании и ресурсоснабжение в оценках экспертов.//www.profi-group.ru.

6. Доклад Осведомленность россиян о реформе ЖКХ // Всероссийский центр изучения общественного мнения» (ВЦИОМ) 2012г.// www.wciom.ru.

7. Чижик В.П. Особенности и проблемы управления дебиторской задолженностью в организациях жилищно-коммунального хозяйства // Сибирский торгово-экономический журнал. 2012. № 16. С. 68-73.

8. Проектирование социальных последствий модернизации жкх: анализ результатов и экспертных оценок Чумаков С.В.,

Алексеев С.В.//Вестник Южно-Российского государственного технического университета (Новочеркасского политехнического института). Серия: Социально-экономические науки. 2011. № 1. С. 170-176.

9. Фролов А.С. Реформирование системы финансирования жилищно-коммунального комплекса/ А.С. Фролов // Финансы.-2011.-№2.-С.25-29.

10. Кицай Ю.А. Совершенствование организационно-правового механизма управляющей компании в сфере ЖКХ //Вопросы гражданского права и процесса.-2012.-№1.-С.58-62.

11. Канатаев В. Описание моделей современных бизнес-процессов на предприятиях жкх//бизнес: экономика, маркетинг, менеджмент.-2008.-№1.-С2-9.

12. Жилищные управляющие компании: инновационный подход:<http://www.urbc.ru>.

13. Е.М.Мазница. Формирование налогооблагаемой базы для управляющих организаций в сфере жкх //Экономические проблемы регионов и отраслевых комплексов комплексов.-2011.-№4.-С319.

© А.Е. Пискова, 2013

УДК 336.22

В.В. Понкратов,
к.э.н., зам. директора Центра налоговой политики
Института финансово-экономических исследований,
ФГОБУ ВПО «Финансовый университет
при Правительстве Российской Федерации»,
г. Москва, Российская Федерация

НАЛОГ НА ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЙ ДОХОД ОТ ДОБЫЧИ УГЛЕВОДОРОДНОГО СЫРЬЯ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ – ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ

В 2012 году добыча нефти в России составила 516 млн. тонн, что на 0,89% выше, чем в 2011 (прирост произошел в первую очередь за счет ввода крупных месторождений). Экспорт нефти составил 239,6 млн. тонн, это 0,8% ниже уровня 2011 года. Средняя цена в 2012 году составила 110,4 \$/барр. Согласно данным ФТС РФ в январе-ноябре 2012 году общий объем экспорта товаров из Российской Федерации в стоимостном выражении составил 477,53 млрд. долларов США, в том числе: нефть сырая – 165,65 млрд. долларов США, нефтепродукты – 93,99 млрд. долларов

США, газ природный – 55,95 млрд долларов США. Таким образом, углеводородное сырье и продукты его переработки составляют 66,1% российского экспорта. Это доказывает, что российская экономика по-прежнему является преимущественно сырьевой и ориентированной на экспорт энергоносителей.

В консолидированный бюджет Российской Федерации в январе-ноябре 2012 года поступило 9 912,6 млрд. рублей, или на 12,8% больше, чем в январе-ноябре 2011 года. Налога на добычу полезных ископаемых в консолидированный бюджет Российской Федерации в январе-ноябре 2012 года поступило 2 256,5 млрд. рублей, или на 21,5% больше, чем в январе-ноябре 2011 года, что обусловлено ростом цены на нефть (с 107,8\$ в декабре 2010 года – октябре 2011 года до 110,7\$ в декабре 2011 года – октябре 2012 года, или на 2,7%), а также индексацией налоговой ставки при добыче нефти и на газ горючий природный.

Доля НДС в консолидированном бюджете России значительна, но не доминирующая – складывается обманчивое впечатление, что бюджет не столь зависим от углеводородных доходов. Ситуация меняется, если добавить в бюджетное уравнение экспортную пошлину на вывоз нефти, нефтепродуктов и газа. Напомню, что в 2005 году она была исключена из состава налогов и теперь учитывается в разделе «Доходы от внешнеэкономической деятельности». В 2011 году сумма вывозной таможенной пошлины на нефть сырую составила 2 332,4 млрд. руб., на газ природный – 384,4 млрд. руб., вывозные таможенные пошлины на товары, выработанные из нефти принесли в федеральный бюджет 936,5 млрд. руб. Прочие вывозные таможенные пошлины составили лишь 57 млрд. руб. [1]

Согласно Основным направлениям бюджетной политики на 2013 год и плановый период 2014 – 2015 годов, доля нефтегазовых доходов на этот период заложена на уровне 47%, что соответствует докризисным показателям и свидетельствует о критической зависимости бюджета от ценовой конъюнктуры на рынках углеводородного сырья. Учитывая нарастание неопределенности относительно ценовой конъюнктуры рынка углеводородов появляются серьезные угрозы для финансовой стабильности государства и экономического роста в целом. Следует отметить, что последние десятилетия биржевые цены на нефть изменяются по законам рынка производных финансовых инструментов, а не рынка традиционных сырьевых товаров – поэтому практически невозможно прогнозировать ее динамику с достаточной степенью вероятности. [2]

Необходимо отметить следующие проблемы нефтегазового комплекса промышленности России:

– нерациональное недропользование (низкие коэффициенты извлечения нефти и газа), отсутствие комплексных технологий добычи углеводородов (сжигание попутного нефтяного газа);

- приближающееся истощение основных нефтяных и газовых месторождений Западносибирской нефтегазоносной провинции;
- рост себестоимости добычи углеводородов в новых провинциях;
- наличие инфраструктурных ограничений, в том числе для диверсификации экспортных поставок углеводородов;
- высокий износ основных фондов транспортной инфраструктуры и перерабатывающей промышленности;
- низкая глубина переработки.

Поддержание достигнутых объемов добычи углеводородов потребует разработки:

- месторождений в новых нефтегазоносных провинциях, где отсутствует необходимая инфраструктура. В том числе – шельфы северных и дальневосточных морей, территории севернее 650 северной широты;
- трудноизвлекаемых залежей нефти, в т.ч. высоковязкой;
- газоконденсатных месторождений ачимовских и валанжинских залежей;
- месторождений газа сланцевых пластов, низконапорного газа, высокосернистого газа, а также месторождений с высокой долей содержания гелия.

Главный итог реформирования российской системы налогообложения нефтяных компаний в течение минувшего десятилетия – усилившееся перераспределение доходов от добычи нефти в пользу государства. По оценке специалистов РБК за период с 1999г до 2011 г налоговая нагрузка на выручку нефтяных компаний выросла с 20% до 55%, на прибыль – с 32% до 81%. При цене \$70 за баррель Urals в бюджет поступает около 65% выручки только в форме НДС и экспортной пошлины, не считая других налогов. При удорожании барреля нефти с \$30 до \$90 часть выручки, остающаяся у нефтяников после уплаты пошлины и НДС, увеличивается всего на \$7,8 на баррель (с \$19,5 до \$27,3).

Для НДС характерно резкое доминирование фискальной функции. До определенного предела повышенную налоговую нагрузку на нефтегазодобывающие компании следует воспринимать как стремление государства изъять природную ренту, возникающую у компании–недропользователя при добыче углеводородного сырья. Необходимо придание с помощью рентных доходов импульса технологическому развитию отечественной экономики, отходу ее от узкой топливно-сырьевой специализации в мировом разделении труда. Однако не надо забывать, что государственное регулирование цен и тарифов в ряде случаев является фактическим изъятием части природной ренты с одновременной передачей ее потребителям соответствующей продукции. Наиболее наглядно это проявляется в государственном регулировании внутренних цен на газ. Многие недропользователи в России в настоящее время эксплуатируют низкорентабельные месторождения, что в условиях единого подхода к

взиманию платежей удорожает себестоимость добычи, не обеспечивает ее прироста и эффективности и, в свою очередь, ведет к снижению сбора налогов.

Ревизия использования природной ренты не должна подрывать конкурентоспособность топливно-сырьевых отраслей. Требуется нахождение баланса между интересами государства и бизнеса. В интересах общества, стимулировать привлечение инвестиций, повышающих отдачу для экономики от ее природно-ресурсного потенциала. Долгосрочным целям и государства, и бизнеса отвечает реинвестирование части природной ренты самими отраслями [3].

Одна из важнейших проблем на сегодня – создание стимулов освоения новых месторождений, характеризующихся более высокими операционными и капитальными затратами, более сложными геологическими условиями, необходимостью создания инфраструктуры, большей удаленностью от рынков сбыта. Расчеты проектных нефтегазовых институтов показывают, что для их рентабельного освоения недостаточно льгот по НДС.

Следует отметить, что Правительство Российской Федерации в 2012 году уделяло повышенное внимание вопросам совершенствования системы налогообложения добычи углеводородного сырья. Например, с целью стимулирования разработки трудноизвлекаемых запасов нефти 3 мая 2012 г. было принято постановление Правительства №700-р, предполагающее градацию проектов по сложности, исходя из геологических условий, с установлением пониженных ставок НДС в зависимости от категории сложности, а также пониженной ставки экспортной пошлины для сверхвязкой нефти [4]. Конечной целью налоговых новаций является вовлечение в активную разработку дополнительно 2,5 млрд. т запасов.

Определенной новацией законодательства является требование создания резервных и ликвидационных фондов с целью накопления средств, необходимых для завершения проектов по разработке участков недр, содержащих запасы трудноизвлекаемой нефти, в целях исчисления налога на прибыль.

Кроме того, постановление содержит антикризисный потенциал – предусматривается возможность применения дополнительно пониженных ставок НДС и вывозных таможенных пошлин и других мер налогового и таможенно-тарифного стимулирования в случае существенных изменений конъюнктуры мирового рынка, включая снижение стоимости нефти марки «Юралс» на мировом рынке до уровня меньше 60 долларов США за баррель, а также в случае наступления форс-мажорных обстоятельств, определяемых в соответствии с законодательством Российской Федерации. [5]

С целью стимулирования новых шельфовых проектов 12 апреля 2012 г. было принято постановление Правительства №443-р, также предполагающее градацию проектов по сложности, исходя из

географического расположения. В числе основных новаций – освобождение компаний, добывающих углеводороды на новых морских месторождениях от вывозной таможенной пошлины, введение адвалорных ставок НДС в зависимости от категории сложности. [6] Конечной целью налоговых новаций является начало активной геологоразведки в регионе с прогнозными ресурсами углеводородов 100 млрд. т условного топлива. Первоначально предполагалось, что соответствующие поправки в Налоговый Кодекс будут разработаны и согласованы профильными министерствами до 1 октября 2012 года, но задача оказалась гораздо сложнее и работа продолжается до сих пор.

Российские нефтяные компании в конце 2008 года в условиях мирового финансового кризиса заговорили о необходимости отказа от НДС, предполагающего налогообложение выручки, и перехода на новую систему налогообложения, основанную на прибыли компании. Причем, акцентировали нефтяники, такая система должна применяться для всех месторождений. В итоге, в феврале месяце 2009 года на совещании в Киришах правительство все же приняло решение разработать налог на дополнительный доход при добыче углеводородного сырья (далее – НДС) применительно к новым месторождениям. Данный пункт даже появился в основных направлениях налоговой политики на 2010-2012гг.

В настоящее время в Министерстве энергетики Российской Федерации разрабатывается новая система налогообложения добычи нефти в России. Базовой новеллой разрабатываемой системы налогообложения нефтедобычи является предложение вводить новый налог для новых месторождений, направленный на изъятие дополнительных доходов (сверхприбыли) нефтяных компаний от реализации нефти новых месторождений. В законченном виде концепция новой системы налогообложения добычи нефти в Российской Федерации еще не была представлена, так что предпринимается попытку консолидировать имеющиеся сведения и проанализировать направление работы специалистов Минэнерго России.

Анализируемая концепция является рамочной: в настоящее время определены только основные принципы, но не конфигурация (ставка, налогооблагаемая база и т.д.) будущей налоговой системы. На втором этапе работ будет проведена конкретизация ее параметров по итогам сценарного моделирования широкого круга проектов. В дальнейшем к проводимой работе по данному вопросу планируется привлечь представителей заинтересованных министерств и ведомств для получения согласованного варианта новой налоговой системы.

Наиболее вероятно, что в окончательном варианте разрабатываемой концепции будут заложены следующие основные параметры:

1. Введение новой шкалы ставок экспортной пошлины только после 40 долл. США/барр. – позволит значительно увеличить количество рентабельных месторождений.

2. Введение НДД – позволит выровнять экономику проектов с разными географическими, геологическими и экономическими условиями, а также учитывать изменение макроэкономических параметров.

3. В целом новый налоговый режим (новая шкала ставок экспортной пошлины, отмена НДС, ставка НДД 35%) позволит обеспечить:

- кратный прирост количества месторождений, уровень рентабельности разработки которых превышает пороговое значение 16,3%;
- плавные темпы роста IRR по месторождениям с ростом цены от 40 долл. США/барр., что соответствует параметрам концептуального налогового режима.

Министерство финансов и Министерство энергетики расходятся во мнениях о приоритетности налогового стимулирования месторождений. Минфин РФ считает, что налог на дополнительный доход, возникающий при добыче нефти, необходимо вводить сначала только для новых месторождений. В нефтяной отрасли, обладающей значительным инвестиционным потенциалом, наблюдается увеличение затрат на добычу нефти, связанное с естественным ухудшением состояния минерально-сырьевой базы, в связи с чем министерство энергетики РФ прогнозирует снижение объемов добычи нефти. Стабилизация объемов добычи нефти может быть обеспечена как за счет стимулирования разработки новых месторождений, так и за счет проведения мероприятий по увлечению извлечения нефти на уже действующих месторождениях. При этом, по мнению министерства энергетики РФ, экономически более целесообразным является вариант стимулирования работ по увеличению извлечения нефти на уже действующих месторождениях в связи с наличием на них действующей инфраструктуры, и, соответственно, более низкими затратами на добычу нефти.

Кроме того в Минэнерго полагают, что в случае снижения налоговой нагрузки только на новые месторождения недропользователи направят все свободные ресурсы на их освоение, тогда как часть экономически оправданных инвестиций в действующие месторождения, которые могли бы дать большую отдачу, будут досрочно сокращены.

Однако не стоит ожидать скорого решения вопроса о переходе на НДД. Минфин считает, что переход на НДД не должен рассматриваться в качестве первоочередной задачи налоговой политики РФ, так как принятые в последние годы меры в области налоговой и таможенно-тарифной политики, по оценке министерства, привели к снижению фискальной нагрузки на добычу и экспорт нефти более чем на 500 млрд рублей и обеспечивают в нефтяной отрасли высокий показатель чистой прибыли. Министерство отмечает, что подход к налогообложению, основанный на определении и налогообложении чистого дохода, обеспечивает реальную дифференциацию налоговой нагрузки в зависимости от конкретных условий

добычи нефти и учитывает не только получаемый производителем валовый доход, но и затраты на добычу нефти на конкретном месторождении. По мнению ведомства, переход на НДС возможен после создания системы эффективного налогового контроля за использованием трансфертных цен в целях налогообложения и разработки подходов к эффективному администрированию этого налога.

С точки зрения экономики проекта добычи сырья, система, базирующаяся на НДС, является более прогрессивной, поскольку в значительно большей степени основана на налогообложении доходов. НДС учитывает изменение горно-геологических условий добычи в процессе эксплуатации месторождения и реагирует на изменение внешних экономических условий производства (мировых цен). В случае высокоэффективных проектов его применение обеспечивает прогрессивное изъятие ресурсной ренты в пользу государства. Кроме того, НДС стимулирует инвестиции в освоение новых месторождений за счет фактического освобождения инвесторов от налога вплоть до полного возмещения капитальных затрат. Одновременно улучшаются условия реализации низкоэффективных проектов.

В то же время, однако, налоговая система основанная на НДС является более сложной по сравнению со всеми остальными с точки зрения как проведения налоговых расчетов, так и практического контроля за их достоверностью. Это создает потенциальные возможности занижения производителями своих налоговых обязательств и, как следствие, уменьшения доходов государственного бюджета. И в Российской Федерации это обстоятельство является основным сдерживающим фактором. На примере СРП мы видим, что своей доли государство вполне вероятно не дождется до момента полной отработки месторождений.

По моему мнению, система налогообложения доходов добывающих организации в Российской Федерации, основанная на использовании налога на дополнительных доход от добычи углеводородного сырья (налога на сверхприбыль) не является жизнеспособной. При существующей системе бухгалтерского и налогового учета, недостаточной прозрачности деятельности большинства добывающих компаний (многие из которых имеют сотни дочерних и зависимых обществ) применяемых методы налогового администрирования не способны обеспечить государству доходы от принадлежащих ему запасов полезных ископаемых. Система, основанная на НДС, будет стимулировать завышение затрат добывающих организаций и никак не содействовать экономии издержек и оптимизации деятельности. Следует признать, что ряд западных стран с относительным успехом применяют систему налогообложения, основанную на налоге на сверхприбыль, но они имеют действенные механизмы контроля, длительную практику администрирования и стабильные условия ведения бизнеса. Но эти страны также используют и другие налоговые инструменты

изъятия рентных доходов от добычи нефти: ренталис и роялти в различных модификациях.

По моему мнению при разработке концепции налогообложения добычи углеводородного сырья необходимо основываться на следующих подходах:

- налогообложение результата деятельности организаций отрасли;
- стимулирование рационального пользования недрами и наиболее полного извлечения основных и попутных компонентов;
- экономическая и бюджетная эффективность для государства;
- простота администрирования.

Статья подготовлена в рамках НИР по Гранту Президента Российской Федерации для государственной поддержки молодых российских ученых МК-2038.2012.6.

Список использованной литературы:

1 Понкратов В.В. Налогообложение добычи природного газа в РФ: к новым правилам // Финансы. – 2012. – №10.

2 Понкратов В.В. Совершенствование системы налогообложения добычи нефти и газа с учетом углеводородного потенциала российской экономики // Налоги и финансовое право. – 2012. – №7.

3 Понкратов В.В. Налогообложение добычи нефти и газа в Российской Федерации: ретроспективный анализ, действующая система, направления совершенствования. – Ижевск: Институт компьютерных исследований. – 2011.

4 Распоряжение от 3 мая 2012 г. №700-р «О предложении Минэнерго России о классификации проектов по разработке участков недр, содержащих запасы трудноизвлекаемой нефти, определенных на основе показателей проницаемости коллекторов и вязкости нефти» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://правительство.рф/gov/results/18899/> (дата обращения: 17.04.2013).

5 Понкратов В.В. Налогообложение добычи и экспорта углеводородного сырья в Российской Федерации – что нам готовит 2013 год // НефтьГазПраво. – 2012. – №6.

6 Постановление Правительства Российской Федерации от 12 апреля 2012 года № 443-р «О стимулировании новых шельфовых проектов».

© В.В. Понкратов, 2013

М.Н. Прынцев,
соискатель Нижегородской государственной
сельскохозяйственной академии,
главный бухгалтер ООО «АвтоМетиз-НН»,
г. Нижний Новгород, Российская Федерация

АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ НА РАЗВИТИЕ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА В УСЛОВИЯХ ВТО

Государственная поддержка является составной частью аграрной политики, которая позволяет существенным образом смягчить последствия неэквивалентности в товарообмене сельского хозяйства с другими отраслями и представляет собой систему мер финансового, экономического и управленческого воздействия, которая обеспечивает эффективное функционирование сельского хозяйства и агропромышленного комплекса России в целом [18]. Влияние государства на развитие агропромышленного комплекса осуществляется через совокупность различных рычагов и инструментов, льготного и безвозмездного финансирования наиболее нуждающихся в экономическом отношении предприятий и отраслей. К их числу относятся все формы бюджетных расходов, предусмотренных бюджетами различных уровней.

В современных условиях направление государственной поддержки сельского хозяйства вызывает особый интерес, главной причиной которого стало вступление России в ВТО. В рамках реализации государственной программы государственная поддержка агропромышленного комплекса осуществляется в форме предоставления субсидий из федерального бюджета бюджетам субъектов Российской Федерации по следующим направлениям:

1. Реструктуризация долгов сельскохозяйственных товаропроизводителей в целях улучшения их финансового состояния до применения процедур [2].

2. Предоставление субсидий на возмещение части затрат на уплату процентов по кредитам, полученным в российских кредитных организациях, и займам, полученным в сельскохозяйственных кредитных потребительских кооперативах [7].

3. Субсидии на поддержку сельскохозяйственных товаропроизводителей [8]:

а) на содержание племенного маточного поголовья сельскохозяйственных животных;

б) на содержание племенных быков-производителей;

в) на приобретение племенного молодняка крупного рогатого скота в племенных стадах;

- г) на приобретение элитных семян сельскохозяйственных культур;
- д) на закладку и уход за многолетними насаждениями.

4. Субсидии на возмещение части затрат сельскохозяйственных товаропроизводителей на 1 литр (килограмм) реализованного товарного [9].

5. Оказание несвязанной поддержки сельскохозяйственным товаропроизводителям в области [10].

6. Возмещение части затрат сельхозтоваропроизводителей на уплату страховых премий по договорам сельскохозяйственного страхования [3].

7. Государственная поддержка крестьянских (фермерских) хозяйств [11]:

а) средства на поддержку начинающих фермеров: гранты на создание и развитие крестьянского (фермерского) хозяйства, единовременная помощь на бытовое обустройство;

б) гранты на развитие семейных животноводческих ферм на базе крестьянских (фермерских) хозяйств.

Совершенствование системы государственной поддержки сельского хозяйства, поиск новых форм и методов финансирования в последние годы стали приобретать особую актуальность в нашей стране. Новый этап в развитии сельского хозяйства, обусловленный изменениями в системе государственной поддержки, начался в 2006 году и связан с реализацией приоритетного национального проекта «Развитие АПК», принятием Федерального закона №264-ФЗ от 29 декабря 2006 г. «О развитии сельского хозяйства» и дальнейшей разработкой Государственной программы «Развитие сельского хозяйства и регулирование рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2008-2012 годы». В указанных документах были определены основные цели, задачи и принципы аграрной политики, направления государственной поддержки и обязанность государства осуществлять финансирование сельского хозяйства за счёт средств федерального и региональных бюджетов [13].

Особую актуальность тема государственной поддержки сельского хозяйства приобретает в связи со вступлением России во Всемирную торговую организацию, условия которой требуют обязательного сокращения определенных мер государственной поддержки сельского хозяйства, оказывающих негативное воздействие на эффективность международной торговли (прямое субсидирование отраслей сельского хозяйства, списание задолженностей, некоторые виды компенсаций) [13]. С учетом условий вступления в ВТО с 2013 года в России начала действовать новая Госпрограмма развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013-2020 годы. Государственная программа предусматривает комплексное развитие всех отраслей и подотраслей, сфер деятельности агропромышленного комплекса. В основном программа содержит принципы, требования и методы предыдущей, но с учетом вступления России в ВТО.

Следует отметить, что в качестве стратегических целей Государственной программы на 2013-2020 годы Министерством сельского хозяйства России определены такие как [6]:

1. Обеспечение продовольственной независимости страны в параметрах, заданных Доктриной продовольственной безопасности Российской Федерации.

2. Повышение конкурентоспособности российской сельскохозяйственной продукции на внутреннем и внешнем рынках в рамках вступления России в ВТО;

3. Обеспечение финансовой устойчивости товаропроизводителей агропромышленного комплекса.

4. Воспроизводство и повышение эффективности использования в сельском хозяйстве земельных и других природных ресурсов.

5. Устойчивое развитие сельских территорий.

Государственная поддержка сельского хозяйства и устойчивого развития сельских территорий с соответствующим бюджетным обеспечением стали приоритетными направлениями деятельности государства, благодаря чему сельское хозяйство становится перспективной отраслью экономики. Так, в 2012 году на поддержку АПК из федерального бюджета было выделено 170 млрд. рублей, а Господдержка АПК России в 2013 году уже составит 172 млрд. 972 млн. рублей, в том числе на реализацию мероприятий госпрограммы развития сельского хозяйства планируется направить более 149 млрд. рублей. Такие данные содержатся в проекте бюджета на 2013 год и на плановый период 2014 - 2015 годов.

Содержание новых форм государственной поддержки сельского хозяйства направлены на уход от государственного субсидирования к «поддержке доходности отрасли», выбор такого направления вызван условиями вступления России в ВТО. Так, с 2013 года вводятся выплаты для сельхозпроизводителей на 1 га посевных площадей в зависимости от интенсивности их использования и плодородности, т.е. размер субсидии рассчитывается с применением индекса, учитывающего ряд характеристик пашни и при этом обратно пропорционален уровню плодородности. На 2013 год государство выделило на эти цели 15,2 млрд. рублей, а к 2020 году эта сумма составит уже 37,6 млрд. рублей. Так, субсидирование «молочникам» будет рассчитываться за каждый килограмм «товарного молока». В среднем, по подсчетам чиновников, субсидия на литр молока составит в федеральной части 1,2 рубля для продукции высшего сорта и 40 копеек для первого сорта. С 2016 года у фермеров появится дополнительное условие для получения субсидии. Каждая сотня коров должна будет произвести на свет 75-80 телят, чтобы, обеспечить воспроизводство продуктивного стада. Лимит средств на эту подпрограмму до 2020 года составит 87,5 млрд. рублей. Малые и средние предприятия получают шанс на гранты для начинающих фермеров. В 2013 году

финансирование этого направления составит 8,6 млрд. рублей. Таким образом, Министерство рассчитывает, что благодаря субсидированию малых предприятий к 2020 году удастся создать 14 тыс. новых крестьянских и фермерских хозяйств [15]. Не менее актуальна проблема квалифицированных кадров: если привезти новейшую технику, но не найти профессиональных механизаторов, все усилия будут равны нулю. Селу и сельхозпроизводителю срочно нужно развивать инфраструктуру [12]. Подобные затраты вписываются в "зеленую корзину". В результате, Минсельхоз планирует максимально задействовать «зеленую корзину», субсидирование направлений которой не ограничивается условиями ВТО.

На сегодняшний день разрабатываются и реализуются различные программы государственной поддержки, которые предусматривают комплексное развитие самого сельхозпроизводства и социальной сферы села, ориентируясь на создание условий для эффективного функционирования комплекса АПК и обеспечение страны необходимым сырьем и продуктами. Выделяются значительные денежные средства на реализацию программ, привлекаются различные источники финансирования как полностью за счет бюджетных средств, так и формы софинансирования и компенсации части затрат. Кроме того, следует отметить развитие стратегической направленности реализуемых программ, позволяющих выстраивать вектор развития сельского хозяйства и села на несколько лет вперед, что приносит стабильность и целевую направленность деятельности сельхозпроизводителей. Следует также отметить, что на сельское хозяйство, как и на любую другую отрасль нашей страны, оказывают особое влияние международные условия развития АПК. В первую очередь, это относится к вступлению нашей страны в ВТО. Этот шаг поставил перед нашим государством новые задачи и в то же время открыл новые возможности. В частности, возникла необходимость пересмотра структуры направлений, форм и методов государственной поддержки, поскольку часть действующих программ не соответствует тем условиям и ограничениям, предусмотренных для стран, вступающих в ВТО. Ключевыми инструментами, несомненно, являются меры, предусмотренные рамками «зеленой корзины», т.е. меры косвенной поддержки сельской экономики, связанные с обустройством сельских территорий и созданием комфортного проживания граждан на селе.

Список использованной литературы:

1. Федеральный закон «О развитии сельского хозяйства» №264-ФЗ от 29.12.2006г. в ред. от 28.02.2012 №6-ФЗ. Доступ из справочно-правовой системы «Консультант Плюс».
2. Федеральный закон от 09.07.2002 №83-ФЗ «О финансовом оздоровлении сельскохозяйственных товаропроизводителей» Федеральный закон от 09.07.2002 №83-ФЗ. Доступ из справочно-правовой системы «Консультант Плюс».

3. Федеральный закон от 25.07.2011 №260-ФЗ «О государственной поддержке в сфере сельскохозяйственного страхования и о внесении изменений в Федеральный закон «О развитии сельского хозяйства».

4. Постановление Правительства РФ от 22 декабря 2012 г. №1371 "Об утверждении Правил предоставления и распределения субсидий из федерального бюджета бюджетам субъектов Российской Федерации на возмещение части затрат сельскохозяйственных товаропроизводителей на уплату страховых премий по договорам сельскохозяйственного страхования».

5. Постановление Правительства РФ от 14.07.2007 г. №446 «О Государственной программе развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2008 - 2012 годы».

6. Постановление Правительства РФ от 14.07.2012 №717 «О Государственной программе развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013 - 2020 годы».

7. Постановление Правительства РФ от 28.12.2012 №1460 «Об утверждении Правил предоставления и распределения субсидий из федерального бюджета бюджетам субъектов Российской Федерации на возмещение части затрат на уплату процентов по кредитам, полученным в российских кредитных организациях, и займам, полученным в сельскохозяйственных кредитных потребительских кооперативах».

8. Постановление Правительства РФ от 4 декабря 2012 г. №1257 «О предоставлении и распределении субсидий из федерального бюджета бюджетам субъектов Российской Федерации на поддержку племенного животноводства».

9. Постановление Правительства РФ от 22.12.2012 №1370 «Об утверждении Правил предоставления и распределения субсидий из федерального бюджета бюджетам субъектов Российской Федерации на возмещение части затрат сельскохозяйственных товаропроизводителей на 1 литр (килограмм) реализованного товарного молока».

10. Постановление Правительства РФ от 27.12.2012 №1431 «Об утверждении Правил предоставления и распределения субсидий из федерального бюджета бюджетам субъектов Российской Федерации на оказание несвязанной поддержки сельскохозяйственным товаропроизводителям в области растениеводства».

11. Постановление Правительства РФ от 28.02.2012 №166 «Об утверждении Правил предоставления и распределения субсидий из федерального бюджета бюджетам субъектов Российской Федерации на поддержку начинающих фермеров».

12. Белоусов в. Сельское хозяйство россии в условиях вто: неизбежность провала или новые возможности?// федеральное интернет-издание капитал страны, 10.12.2012.

13. Глеба о.в. государственная поддержка сельского хозяйства россии: актуальные вопросы// международная заочная научно-практическая конференция «тенденции развития современной юриспруденции». Новосибирск: изд.сибирская ассоциация консультантов». - 2012. – 144с. Режим доступа: <http://sibac.info/index.php/2009-07-01-10-21-16/3716-2012-09-11-03-09-21> (дата обращения 23.05.2013).

14. Дворкович а. Вступление в вто интересно для рф // риа новости, 07.04.2009г. Режим доступа: http://ria.ru/crisis_news/20090407/167370206.html (дата обращения 24.05.2013).

15. Казимирко-Кириллова А. Россия в ВТО: новые субсидии для сельского хозяйства // ТПП-Информ. Режим доступа: http://tpp-inform.ru/analytic_journal/3117.html (дата обращения 24.05.2013)

16. Карпенко Г. Эффективность господдержки АПК через меры «зеленой корзины»// АПК: экономика и управление, 2011, № 1.

17. Козак с. Россия в вто: сельское хозяйство без поддержки не останется// тп ведомости, 20.09.2012 г.

18. Котова л.г. государственная поддержка агропромышленного комплекса необходима // российское предпринимательство. — 2008. — № 6 вып. 2 (113). — с. 73-77. Режим доступа: <http://www.creativeconomy.ru/articles/12390/> (дата обращения 23.05.2013).

19. Интернет-портал «российской газеты». Режим доступа: <http://www.rg.ru/2013/02/05/apk-anons.html>. (дата обращения 24.05.2013).

20. Интернет-портал «российской газеты». Режим доступа: <http://www.rg.ru/2010/09/29/selhoz.html>. (дата обращения 24.05.2013).

© М.Н. Прынцев, 2013

УДК 330

А.В. Радченко,
студентка 3 курса экономического факультета
Омского государственного университета путей сообщения,
г. Омск, Российская Федерация

ОРГАНИЗАЦИЯ СОБСТВЕННОГО ДЕЛА В УСЛОВИЯХ ПОЛУЧЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Говорят, для того чтобы начать собственный бизнес, одного желания мало. Думая над тем как открыть свое дело, необходимо иметь не

просто желание, а огромное желание, чтобы возможные препятствия не могли сбить человека с нужного пути.

В первую очередь, открывая собственное дело, необходимо определиться с формой деятельности предприятия, будет ли это ИП, ООО или нечто иное. Посоветуйтесь с бывалым человеком, который может представить все плюсы и минусы каждой вашей идеи.

Многие студенты наивно полагают, что без начального капитала стартовать не получится. Так оно и есть, но не так уж страшен этот стартовый капитал, как может показаться на первый взгляд, если конечно вы не собираетесь открывать нефтяную скважину. Для начала предоставим пару идей для открытия своего дела с небольшим стартовым капиталом, ориентированные в основном на людей, получающих высшее образование.

ИДЕЯ 1. ЯЙЦА НА ПОДБОР

Что объединяет холостяка, женщину-домохозяйку или юного студента? Это – яйца, которые есть у каждого человека в холодильнике. Теперь представим, что вместо стандартных надписей о сорте яиц и их даты производства, там может красоваться ВАША реклама. Хотите продать квартиру, машину, а может и бизнес? Обращайтесь на птицефабрику - С0 для текстов побольше, С1 и С2 - для тех, кто сможет уложить свой рекламный текст в пару-тройку слов. Рассмотрим стартовый капитал для каждой идеи. (Таблица 1).

Таблица 1. Стартовый капитал идеи «Яйца на подбор»

Покупка 50 шт. яиц	150р.
Поставить штамп (работа+краска)	Около 10р.
Изготовление штампа	1100р.
Итого	2000р

Так как первая идея является совсем новой, современной и не требующая большого стартового капитала, то такая идея под силу любому человеку, главное правильно ее развить и подать покупателю. Отсюда мы можем предложить еще несколько идей создания своего дела.

ИДЕЯ 2. ПОМОЩНИК ПРИ ДТП

Автоматическая служба помощи пострадавшим в ДТП – это специальный гаджет, произведенный в США, который оснащен GPS навигатором и при ДТП автоматически определяет местоположение авто и отправляет запрос диспетчеру. Диспетчер связывается с водителем по мобильному телефону, а если воитель не отвечает, то организывает вызов команд спасателей к месту, координаты которого были переданы гаджетом. (Таблица 2)

Таблица 2. Стартовый капитал идеи: «Помощник при ДТП»

Стоимость прибора (1шт)	4000р
Доставка с г. Москва (1шт)	150
Диспетчер (услуги связи)	700р.
ИТОГО	ОКОЛО 5000Р

Достаточно начать с 3-4 приборов, посмотреть как поведет себя рынок покупателей и уже оттуда отталкиваться, стоит ли этот бизнес ваших усилий и средств, или нет.

И последняя идея, описанная в данной статье называется: трафаретная печать на одежде.

ИДЕЯ 3. ТРАФАРЕТНАЯ ПЕЧАТЬ НА ОДЕЖДЕ

Как сделать так, чтобы вещи стали уникальными и заговорили с владельцами на своем, волшебном языке? Данный вид бизнеса уже очень распространен в нашей стране, но не каждый производитель может похвастаться качеством проделанной работы, это очень увлекательный бизнес, и не такой затратный.

Таблица 3. Стартовый капитал идеи: «Трафаретная печать на одежде»

Текстильный принтер (1шт)	10-15 тыс.р
компьютер с программой учета услуг	14 тыс.р
Расходные материалы (чернила, и т.д)	3500 т.р
Итого	Около 32000р.

Благодаря изучению данной темы, было проведено практической исследование среди 100 студентов, которые ответили на несколько вопросов по поводу своей дальнейшей карьеры.

Первый вопрос звучал как: «каким вы видите свое будущее?»

Из ста опрошенных человек, 23% опрошенных ответили, что видят себя рабочими в государственной организации, 35% хотят работать в частных компаниях, 42% ответили, что хотели бы открыть собственное дело. Отообразим данные на рисунке 1.

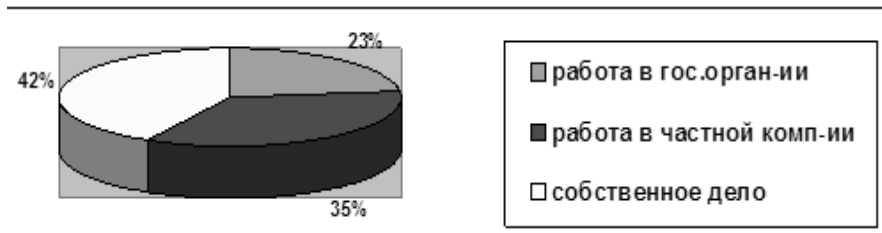


Рис. 1 Опрос: «каким вы видите свое будущее?»

Из данных мы смогли сделать вывод о том, что большинство опрошенных хотят быть независимы от других, начав свое собственное дело.

Далее мы спросили у студентов, «почему стоит начать собственное дело?»

Из полученных ответов было выявлено, что 15% опрошенных ответили - это отличная возможность планировать свое время, 72% сказали, что это возможность зарабатывать больше.

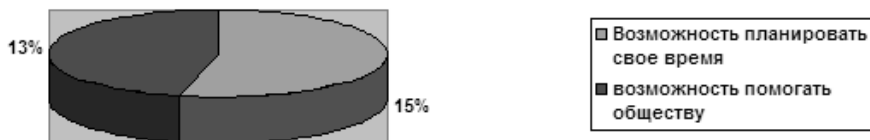


Рис. 2 Опрос: «почему стоит начать собственное дело?»

Итак, из полученных результатов мы видим, что для большинства (а это целых 72%) открытие своего дела – это возможность зарабатывать больше, лишь небольшая доля опрошенных ответили, что это отличная возможность помогать другим, что не является образцовым показателем, этот процент необходимо повышать.

И заключительным являлся вопрос: «Из предложенных выше трёх идей, какую бы вы выбрали, для создания собственного дела?» (Рисунок 3)

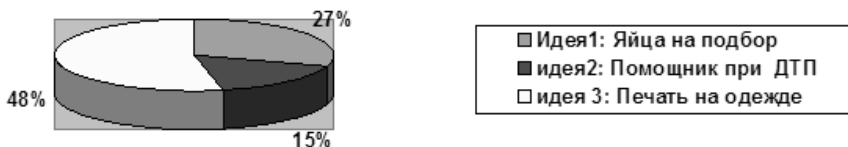


Рис. 3 Опрос; «Какая идея для опрошенных более близка?»

Как оказалось, большинство опрошенных отдали свое предпочтение за идею 3: за трафаретную печать на одежде отдали большинство голосов потому, что такой вид дела для них является более реальным.

Итак, в ходе работы был сделан вывод о том, что собственное дело - это всегда риск, но прибыль слишком сильный стимул. В настоящее время существует огромное количество направлений, куда можно было бы «закинуть удочку» и выловить свою золотую рыбку, не вкладывая при этом огромные деньги в развитие своего бизнеса. Не стоит думать, что это недостижимая задача, ведь так можно упустить свою идею и кто-то другой ее перехватит и будет использовать в своих целях.

Д.Ю. Раевский,
ассистент кафедры "Финансы",
Хабаровская государственная академия экономики и права,
г. Хабаровск, Российская Федерация
В.В. Назначилов,
студент 3 курса факультета «Финансист»
Хабаровской государственной академии экономики и права
г. Хабаровск, Российская Федерация

ХЕДЖИРОВАНИЕ РИСКОВ ПРОИЗВОДНЫМИ ИНСТРУМЕНТАМИ

В условиях возросшей сложности мировой финансовой системы особую роль при управлении рисками приобретают рынки производных инструментов как эффективный механизм распределения риска между агентами экономики. В нашей работе рассмотрены основные виды хеджирования финансовых рисков производными финансовыми инструментами, дается оценка состояния хеджирования производными финансовыми инструментами в России.

В последние годы российский рынок производных финансовых инструментов также бурно развивается, что делает актуальным подробное изучение перспективных возможностей этого рынка для различных субъектов экономики желающих застраховать свои риски.

Производный инструмент - срочный финансовый инструмент, стоимость которого, производит от стоимости базисного актива, лежащего в его основе. Через сделки с производными инструментами субъекты экономики получают возможность страховать (хеджировать) свои риски по операциям со всеми видами финансовых активов, а также и многими видами материальных активов [2, с. 196].

Существует множество определений хеджирования. И хотя все они схожи, разумно привести некоторые из них для более глубокого анализа сущности этого процесса.

1) Хеджирование - это использование одного инструмента для снижения риска, связанного с неблагоприятным влиянием рыночных факторов на цену другого, связанного с ним инструмента, или на генерируемые им денежные потоки [4];

2) Хеджирование - это страхование риска изменения цены актива, процентной ставки или валютного курса с помощью производных инструментов [4];

3) Хеджирование - это использование производных и непроизводных финансовых инструментов (последних только в ограниченном числе случаев) для частичной или полной компенсации

изменения справедливой стоимости хеджированных статей, то есть защищаемых финансовых инструментов [1, с. 53].

Необходимо отметить, что хеджирование посредством производных инструментов представляет фиксацию цены (валютный курс, курс акции, процентная ставка и др.) определенного базисного актива, исключая, тем самым, как возможные убытки, так и возможные прибыли при определенно складывающейся ценовой конъюнктуре [2, с. 197].

Основными формами хеджирования биржевых и ценовых рисков являются фьючерсы и опционы.

Фьючерсная сделка - наиболее распространенный вид операций на фондовой и товарной биржах. При фьючерсной сделке ценные бумаги (партии товаров) покупаются или продаются на условиях их передачи и платежа через определенный срок, т.е. с фактическим исполнением сделки в будущем по цене, устанавливаемой в момент заключения сделки. Как правило, фьючерсные сделки носят спекулятивный характер; их целью является не купля-продажа реальных товаров и ценных бумаг, а биржевая игра на повышении или понижении цен. Покупает биржевые контракты (ценные бумаги) на срок тот спекулянт, который ожидает в будущем повышения цен на данный товар (курса акций). Продает их спекулянт, ожидающий в будущем понижения цен или курсов. Выигрыш такого спекулянта составляет разница между ценой биржевого контракта (курсом ценных бумаг) в день заключения фьючерсной сделки и ценой (курсом) в день ее исполнения. Но при сделках на срок выигрывает только одна сторона, а другая проигрывает. Поскольку при заключении фьючерсной сделки на определенную партию товаров последние вообще могут отсутствовать, то ликвидировать фьючерсный контракт необходимо путем заключения обратной офсетной сделки на такое же количество товара. Если фьючерсный контракт не ликвидируется, таким образом, до истечения его срока, то продавец может поставить реальный товар, а покупатель должен принять его. Наиболее часто на товарных биржах фьючерсные сделки совершаются с целью хеджирования.

Опционы на акции предусматривают покупку или продажу определенного количества списочных акций (обычно 100 или 1000 штук) по зафиксированной в контракте цене. Совокупная цена исполнения и совокупная премия одного опционного контракта получается умножением цены исполнения и премии на число акций в контракте. Опционы на акции в большинстве своем являются опционами американского стиля с физической поставкой.

Исполнение опциона продажи американского стиля перед датой регистрации владельцев акций, после которой наблюдается падение цены базисных акций, является выгодной стратегией держателя опциона.

Индексные опционы обычно используются в качестве инструмента страхования широко диверсифицированного портфеля акций от риска

падения их рыночной стоимости. Все индексные опционы являются опционами с расчетом за наличные и бывают как американского стиля, так и европейского.

При исполнении индексного опциона купли положительная разница между значением индекса и ценой исполнения, а для опциона продажи - между ценой исполнения и значением индекса - умножается на множитель, указанный в спецификации контракта.

Вычисленная, таким образом, сумма выплачивается наличными держателю опциона. Совокупная цена исполнения и совокупная премия индексного опциона получаются умножением цены исполнения и премии на множитель опциона. Расчетная цена исполнения индексного опциона основывается на среднем уровне индекса в течение некоторого непродолжительного периода времени начала последнего торгового дня опциона.

При расчете справедливой стоимости индексного опциона предполагается, что его можно представить как акцию с известной ставкой дивиденда. Для расчетных целей учитываются только дивиденды, выплачиваемые в период действия опциона.

Опционные контракты на облигации заключаются в предположении уловить благоприятное изменение банковской процентной ставки, или наоборот, застраховаться от ее неблагоприятного изменения. При котировке цены исполнения опциона на долгосрочные облигации может быть использована как полная цена облигации с учетом купонного платежа, так и чистая цена облигации без учета купонного платежа. Все опционы на долгосрочные облигации являются опционами европейского стиля с расчетом за наличные и основаны на доходности. Это значит, что при истечении контракта с держателем опциона производится расчет наличными, основанный на разности между величиной индекса базисной доходности и ценой исполнения опциона. Индекс базисной доходности равен годовой доходности к погашению облигации с ближайшим по времени выпуском и с указанным сроком до погашения, умноженной на 10.

В России сегмент индексных деривативов фактически развивается со второй половины 2005 г., с запуска торгов фьючерсом на Индекс РТС. Несмотря на то, что аналогичные инструменты торговались на различных биржах еще с середины 1990-х гг., ни один из подобных проектов в те годы заметного успеха не имел. В конце июня 2007 г. были запущены торги первым инструментом на срочном рынке Фондовой биржи ММВБ - фьючерсом на Индекс ММВБ.

Отдельным преимуществом фьючерсного контракта на Индекс ММВБ является валюта формирования базового индекса и проведения расчетов по фьючерсу - российский рубль. Данное преимущество реализуется, во-первых, вследствие концентрации оборотов на российском рынке акций в рублевой зоне и, соответственно, наличия хеджированного

спроса именно в национальной валюте; во-вторых, вследствие стабилизации и постепённого укрепления курса российского рубля, в связи с чем фьючерс на Индекс ММВБ становится, так сказать, «очищенным» от дополнительного валютного риска по сравнению с инструментами на долларовые, например Индекс РТС, или иные валютные индексы; в-третьих, вследствие совпадения валюты финансовых расчетов по производным инструментам и валюты формирования базового индекса, что является определяющим для повышения точности прогнозирования финансового результата от операций.

Преимущества работы с фьючерсом на Индекс ММВБ, таким образом, тесно связаны с особенностями российского фондового рынка и самого базового индекса. Инструмент в полной мере позволяет участникам рынка ценных бумаг страховать свои активы, фондовые портфели от неблагоприятных изменений конъюнктуры рынка: как уже было сказано, Индекс ММВБ представляет собой показатель поведения наиболее ликвидной и доминирующей по оборотам части рынка акций.

Данный фьючерс может быть использован участниками рынка, инвестирующими средства в индексные портфели, что позволит им хеджировать риски по портфелям, основанным на Индексе ММВБ, а также проводить арбитражные операции с такими портфелями. Кроме того, хеджировать риски фьючерсом на Индекс ММВБ могут и держатели иных портфелей, в том числе инвестировавшие лишь в одну ценную бумагу (акцию). Разница будет заключаться в том, что в первом случае инвестор получит 100%-ный хедж при использовании количества контрактов, равного стоимости портфеля, а при хеджировании портфелей, отличных по структуре от Индекса ММВБ, сохраняется некоторый базисный риск, для устранения которого участнику целесообразно использовать коэффициент «бета», характеризующий степень согласованности движения стоимости инвестиционного портфеля (цены акции) и рынка. Причем в последнем случае индикатором состояния рынка выступит Индекс ММВБ [3, с. 61].

В заключении хотелось бы подчеркнуть, что производные инструменты являются основным механизмом хеджирования ценовых рисков. Приведенные нами примеры позволяют оценить лишь малую часть возможностей по страхованию ценовых рисков, предоставляемых данными инструментами. Кроме этого, производные инструменты в некоторых случаях позволяют страховать кредитные и инфляционные риски.

Мы считаем, что страхование рисков компаний финансовой сферы при помощи рынка производных инструментов является одним из путей оптимизации их деятельности. По нашему мнению, в последующие годы данное направление станет предметом активных научных исследований и практического использования.

Список использованной литературы:

1. Палий, В. Ф. Международные стандарты финансовой отчетности / В.Ф. Палий. М.: Издательство «Инфра», 2002.
2. Кузнецова Л.Г., Раевский Д.Ю. Использование производственных инструментов для хеджирования рисков в сфере финансовых услуг // Вестник ТОГУ, 2012. № 2(25).
3. Соловьев П., Никишин П. Фьючерс на индекс ММВБ – оптимальный инструмент хеджирования рыночного риска на фондовом рынке // Рынок ценных бумаг, 2010. № 7.
4. Учебник Форекс // Дилинговый центр Forex EuroClub: [сайт]. <http://enc.fxeuroclub.ru/365/> (дата обращения: 26.05.2013).

© Д.Ю. Раевский, В.В. Назначилов, 2013

УДК 330

В.Ф. Салийчук,
доцент кафедры «Таможенное дело и коммерция»,
Курганский государственный университет,
г. Курган, Российская Федерация

ТАМОЖЕННО-ТАРИФНАЯ КВОТА И СТРУКТУРА ПРЕДЛОЖЕНИЯ КВОТИРУЕМОГО ТОВАРА НА ВНУТРЕННЕМ РЫНКЕ

Тарифная квота представляет собой один из весьма эффективных инструментов не только тарифной защиты, но и таможенно-тарифного регулирования импорта определенных товаров.

В этой связи особый интерес вызывает теоретический анализ ожидаемой структуры внутреннего предложения квотируемого товара. Полезным представляется сравнительный анализ такого предложения как до введения тарифной квоты, так и в условиях ее применения. Наличие теоретических моделей структуры предложения несомненно будет способствовать прогнозированию структурных характеристик предложения квотируемого товара в кратко- и среднесрочном периодах. Будет способствовать изучению реальной практики импортозамещения данного продукта иностранного происхождения, его целенаправленной замены товарами отечественного производства на внутреннем рынке страны или на единой таможенной территории Таможенного союза.

При этом предположим, что квотируемый товар не экспортируется. Поэтому экспорт такого товара не влияет на структуру внутреннего предложения, не влияет на масштабы его текущего потребления на внутреннем рынке.

Рассмотрим вначале первую реальную ситуацию, при которой квотирование не применяется. Тем более, что количество неквотируемых товаров на практике характеризуется подавляющим большинством. Импорт товара.

Работа выполнена в рамках проекта 12-И-7-2010 «Приоритетные направления модернизации региональных экономических систем в условиях присоединения России к ВТО»

производится на условиях оплаты ввозных таможенных пошлин по базовым ставкам таможенного тарифа. В этом случае структура внутреннего предложения импортного неквотируемого товара будет иметь следующий вид:

$$ВП = П_{отеч.} + И, \quad (1)$$

где

ВП – объем внутреннего предложения конкретного товара;

П_{отеч.} – объем производства отечественного товара;

И – импорт (объем) товара иностранного происхождения при отсутствии нетарифных количественных ограничений.

По другому выглядит внутренняя структура предложения импортного товара на рынке страны в условиях применения нетарифной квоты. Квота здесь представляет собой предельный объем товара, который разрешает ввезти государство на его таможенную территорию в рамках импортных сделок и соответствующей таможенной процедуры (выпуск для внутреннего потребления).

В ходе использования нетарифной квоты структура предложения может быть описана следующей простейшей формулой:

$$ВП = П_{отеч.} + НК, \quad (2)$$

где НК – нетарифная квота (объем) при импорте квотируемого товара.

В этом случае рост внутреннего предложения товара полностью определяется позитивной динамикой объемов производства отечественных квотируемых товаров. Растет объем производства – увеличивается объем внутреннего предложения (при постоянной квоте). И наоборот: если уменьшается объем внутреннего производства квотируемого товара, то закономерно падает его предложение на внутреннем рынке. В этой ситуации государство может принять и другие регулирующие решения. Цель этих решений: не допустить дефицита указанных товаров внутри страны, не допустить их быстрого удорожания. И, в конечном итоге, не допустить ситуации, когда сокращается внутреннее потребление данного товара на территории страны. Здесь возможна даже оперативная отмена квотирования на короткий период или заметное сокращение объема квоты в краткосрочном периоде.

При этом мы абстрагируемся от возможности контрабандного ввоза квотируемого товара на территорию отдельной страны, на единую таможенную территорию Таможенного союза. Его масштабы вряд ли способны кардинально изменить объемы предложения на внутреннем рынке. Однако способны скорректировать его величину.

И, наконец, рассмотрим структуру предложения товара на внутреннем рынке в условиях тарифного квотирования. В условиях, когда государство или надгосударственный орган применяют именно этот инструмент таможенно-тарифного регулирования импорта особо чувствительных товаров.

При этом следует учесть такие обстоятельства. Во-первых, орган – регулятор также определяет квоту как предельный объем коммерческого ввоза конкретного импортного товара. Квота также по определенным правилам на основе лицензирования распределяется между отечественными импортерами.

Во-вторых, вводится специальная внутриквотная ставка ввозной таможенной пошлины. Она применяется только для обложения импорта иностранного товара, ввозимого на таможенную территорию страны – импортера в пределах установленной квоты. Причем в данном случае базовая ставка ввозной таможенной пошлины (I колонка таможенного тарифа) не применяется. Она временно заменяется внутриквотными ставками ввозных таможенных пошлин. Внутриквотные ставки вводятся специально только на период применения тарифной квоты.

В-третьих, государство формально не запрещает импорт иностранного товара сверх утвержденной квоты. Нормативные документы по этому вопросу не издаются. Однако в случае сверхквотного ввоза импортеру предстоит уплачивать (ввозные) таможенные пошлины на основе сверхквотных ставок. При этом сверхквотные ставки (по опыту Российской Федерации) могут в 3-4 раза превышать уровень ставки внутри тарифной квоты. Такие же соотношения указанных ставок поддерживались и в условиях Таможенного союза до вступления России в ВТО. В – четвертых, применение тарифной квоты серьезно обогащает структуру национального таможенного тарифа любой страны. Он дополняется сразу двумя новыми колонками. Одна из них содержит внутриквотные ставки ввозных таможенных пошлин, а другая – ставки сверхквотные. Внеквотные по терминологии Единого таможенного тарифа Таможенного союза (ЕТТ ТС).[1] И, в-пятых, каждая единица сверхквотного импортного товара заметно дорожает в случае применения более высоких, заградительных таможенных пошлин. Тем более, что эти ставки входят в базу для исчисления ряда косвенных налогов, которыми облагаются импортные товары, ввозимые на единую таможенную территорию Таможенного союза, а значит и на территорию Российской Федерации. Входят в базу для расчета оптовых и розничных торговых наценок. Поэтому резко возрастает (иногда

в несколько раз) цена импортного товара на внутреннем рынке страны – импортера. Он теряет здесь свою ценовую конкурентоспособность, резко снижается рентабельность импортных операций, выполняемых импортерами сверх установленной тарифной квоты. Закономерно сокращается спрос на резко подорожавший импортный товар, падают его продажи. В итоге сокращаются масштабы его ввоза. Причем без формального запрета государства, только благодаря применению такого инструмента таможенного регулирования, как тарифная квота. Однако исключить какой-либо объем сверхквотного импорта не представляется возможным. Ввозить или не ввозить сверх квоты – это выбор и решение импортера. Поэтому структура предложения квотируемого товара на внутреннем рынке будет содержать следующие компоненты: предложение товаров отечественного производства ($P_{отеч.}$); предложение квотируемых импортных товаров (ТК); предложение товаров, ввозимых сверх тарифной квоты.

Таким образом, структуру предложения квотируемого товара на внутреннем рынке страны можно описать с помощью следующей формулы:

$$ВП = P_{отеч.} + ТК + I_{ск} \quad (3)$$

где $I_{ск}$ – объем импорта сверх действующей тарифной квоты (сверхквотный импорт).

Выводы.

1. Структура внутреннего предложения какого-либо товара может существенно изменяться при наличии или отсутствии квотирования импорта. Приведенные выше простейшие формулы убедительно иллюстрируют этот тезис.

2. Наиболее простой представляется структура внутреннего предложения при отсутствии как тарифных, так и нетарифных квот. Наиболее сложной является структура внутреннего предложения импортного товара в случае применения именно тарифных квот. Структура пополняется объемом импорта, закупленного предпринимателями сверх утвержденной квоты. А значит ввозимого после уплаты заградительных сверхквотных пошлин.

3. Анализ такой структуры имеет не только теоретическое значение, не является значимым только для учебного процесса, для подготовки магистров и аспирантов. Он имеет серьезное прикладное значение для тех государств, которые применяют тарифное или нетарифное регулирование импорта конкретных и, в первую очередь, так называемых «чувствительных» товаров. Это тезис в полной мере относился к Российской Федерации, а теперь относится к реальной практике тарифного регулирования импорта в условиях Таможенного союза.

4. Указанные выводы относятся к анализу практики применения тарифных квот лишь как защитных инструментов, как к торговле ограничениям экономического или административного (нетарифного)

характера. Вопрос о влиянии преференциальных тарифных квот на структуру предложения котируемого товара на внутреннем рынке требует специального исследования.

Список использованной литературы:

1. См. подробнее: Салийчук В.Ф. Экономический рост: специфика и безопасность. Монография. – Курган: Изд-во Курганского гос. ун-та, 2012. – С.114-126.

© В.Ф. Салийчук, 2013

УДК 336

О.Ю. Слободенюк,

студентка 4 курса международного экономического факультета,
Хабаровская государственная академия экономики и права,
г. Хабаровск, Российская федерация

РОЛЬ УПАКОВКИ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Основной задачей любого предприятия является эффективная работа производства, позволяющая обеспечить конкурентоспособность продукции. А что может обеспечить конкурентоспособность? На что в первую очередь обращают внимание потребители?

Как правило, в первую очередь потребители обращают внимание на упаковку продукции. Значит, одним из самых важных этапов в производстве является упаковка. Так какую же роль играет упаковка продукции в современном мире?

Упаковка стала неотъемлемой частью нашей жизни. Сейчас трудно представить какой-либо фирменный продукт без красочной яркой упаковки. Сегодня достаточно сложно выделить какой-нибудь товар среди сотен и тысяч аналогичных, производимых на зарубежных или отечественных предприятиях. Именно поэтому решающую роль при реализации продукции отводят упаковке, в которую ее помещают. Она привлекает наше внимание в первую очередь. Известно, что главную роль в создании хорошей обертки играет профессионализм дизайнера. Даже картонные коробки, украшенные ручной росписью, привлекают внимание потребителей гораздо больше, чем привычные полиэтиленовые пакеты. Известно, что разработка упаковки начинается с анализа поведения людей. Необходимо изучить не только время, затрачиваемое покупателем на принятие решения о покупке, но и период обдумывания и выбора товара. Специалисты утверждают, что грамотно составленная упаковка способна вызвать сильное желание и

спровоцировать мотивацию потребителей приобретать именно продвигаемый товар. Современные магазины предлагают достаточно большой выбор продукции, однако с большей вероятностью мы обратим внимание на яркую красочную упаковку, чем на безликую оболочку. Именно этим фактором обусловлен выбор многих из нас. На самом деле, зачастую продукция одного производителя мало чем отличается от продукции другого. Но покупая тот или иной товар, мы по сути дела выбираем красивый дизайн упаковки.

Упаковка служит связью между производителем и потребителем. Те производители, которые недооценивают ее значение, теряют клиентов. И создание привлекательного внешнего вида является главной задачей упаковки. Она может улучшить как объективное качество товара, так и срок его хранения.

Также именно упаковка является важным носителем рекламы товара, позволяющим покупателю идентифицировать данную марку и данный товар среди многих других. При современном развитии конкуренции упаковке отводится все более важная роль в продвижении товара. Большинство крупных производителей на базе упаковки строят имидж своей компании, что гарантирует узнаваемость бренда в сложных условиях рыночных отношений. И именно оригинальное дизайнерское решение упаковки оказывает прямое влияние на узнаваемость бренда. Одним словом, покупатель, выбравший из массы предложений наиболее яркий и привлекательный по внешним признакам товар, с большей вероятностью купит его снова. Если же потребитель приобрел товар в безликой упаковке, то в 90% случаев он уже через несколько дней забудет о нем, а шансы, что он вспомнит имя производителя, практически нулевые.

Упаковку используют, для того, чтобы покупатель смог прочесть на ней всю необходимую ему информацию о товаре, будь то состав, масса, пищевая ценность и так далее. Но зачастую многие потребители приобретают товар из-за яркого привлекательного внешнего вида, не обращая внимания на состав и отсутствие необходимости приобретения данного товара.

Если говорить о взаимосвязи дизайна упаковки и объемов продаж продукции, то в первую очередь стоит сказать, что согласно социологическим исследованиям большинство потребителей принимают окончательное решение о приобретении того или иного продукта, стоя перед витриной. Это говорит о том, что меньшая часть целевой аудитории отдает предпочтение определенному бренду, остальные находятся в состоянии «свободного поиска». Выбор многих потребителей во многом зависит от визуальной привлекательности продукции, и если яркий внешний вид сочетается с достаточно хорошим качеством продукта, то не исключено, что покупатель не раз вернется в магазин за этим товаром. Соответственно,

объем продаж продукции конкретного производителя существенно увеличится.

Затраты на дизайн упаковки оправдывают себя и доказывают свою эффективность в условиях жесткой конкуренции и борьбы за выбор целевой аудитории. Поэтому производители, использующие новые дизайнерские решения в оформлении образцов товара, получают увеличение числа клиентов, а, следовательно, и рост продаж.

Кроме всего прочего, нестандартная упаковка не только выделяет продукт среди сотен других, но и позволяет защитить товар от возможности фальсификации. Далеко не все производители задумываются над этим вопросом. Например, продукцию компании Sony очень часто подделывают, поэтому создание эксклюзивной упаковки может оградить ее от фальсификации.

Итак, упаковка должна отвечать следующим требованиям:

- должна быть яркой, привлекающей внимание;
- должна быть разнообразной по вместимости (фасовке);
- должна быть прочной, герметичной и гарантировать сохранность содержимого;
- должна быть удобной в использовании;
- обладать функциональностью;
- обладать доступной, достаточной и достоверной информацией;
- иметь штрихкод для электронного считывания и идентификации продукции;
- иметь инструкции по хранению и применению упакованного товара;
- иметь возможность повторного использования и утилизации.

Разные потребительские группы предъявляют свои, наиболее значимые для них, требования. Например, для торговли упаковка должна быть прочной, в транспортной таре, должна содержаться групповая упаковка; для предпринимателей малого бизнеса упаковка должна быть групповой и легко делиться на индивидуальную (по массе); для клиентов баров, ресторанов, отелей, сети общественного питания упаковка должна быть большой вместимости и т. д.

Таким образом, хорошая упаковка играет важнейшую роль как в выборе товара в целом, так и при совершении самых незапланированных приобретений, поэтому она должна вызывать желание покупателя приобрести именно этот товар. Ведь импульсивные покупки осуществляются под воздействием различных воспоминаний и зрительного воздействия, поэтому упаковка имеет неограниченные возможности. И серьезные требования, которые предъявляются к качеству упаковки, вполне соответствуют важности возлагаемых на нее функций.

Список использованной литературы:

- 1 Журнал «Тара и упаковка» 1-05.
- 2 Упаковка. Термины и определения. ГОСТ 17527-86.
- 3 URL: <http://www.mir-upakovki.ru>.

© О.Ю. Слободенюк, 2013

УДК (339.137.2+339.13.017):674 (571.63)

Л.Ф. Степулева,

старший преподаватель кафедры Товароведения и экспертизы товаров,
Владивостокский государственный университет экономики и сервиса,
г. Владивосток, Российская Федерация

А.В. Ряшина,

студент 4 курса кафедры Товароведения и экспертизы товаров,
Владивостокский государственный университет экономики и сервиса,
г. Владивосток, Российская Федерация

ОБОСНОВАНИЕ НЕОБХОДИМОСТИ РАЗВИТИЯ ДЕРЕВООБРАБАТЫВАЮЩЕГО КЛАСТЕРА В ПРИМОРСКОМ КРАЕ

На современном этапе экономического развития проблема конкурентоспособности занимает центральное место в экономической политике государства. После вступления России в ВТО согласно Рейтингу глобальной конкурентоспособности 2012-13 годов, место России в списке снизилось с 66 до 67 из 144. Одним из пунктов, по которому ухудшилось положение, является конкурентоспособность на рынках отечественных товаров и услуг [1, с. 14]. Специалисты считают, что это может привести к превращению России в топливно-сырьевую периферию развитых стран. Показателем данной тенденции является структура экспорта и импорта: основа экспорта - продажа природных ресурсов, в то время как в импорте преобладает продукция с высокой добавленной стоимостью, что отчетливо прослеживается с помощью диаграммы Парето (рис.1), которая была построена на основании стоимостных данных по экспорту важнейших товаров за январь-декабрь 2011 г.

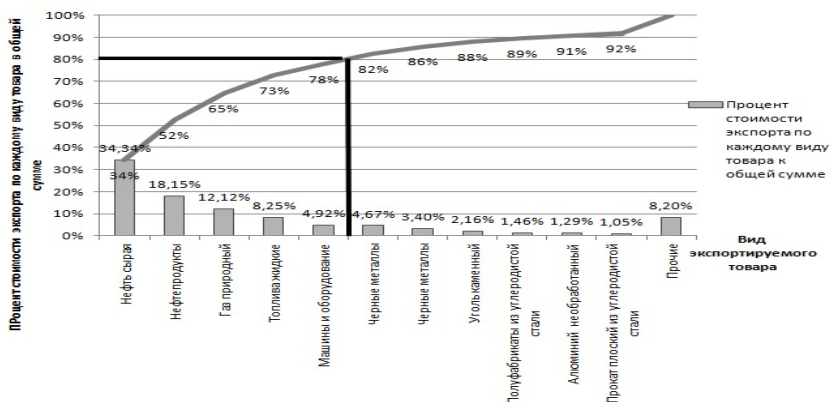


Рисунок 1 – Диаграмма Парето по экспорту важнейших товаров за январь–декабрь 2011 г.

Выше обозначенная проблема характерна и для лесного комплекса Приморского края: в течение последних нескольких лет интеграция Приморского края в экономическое пространство стран АТР происходила в малопродуктивной форме и не смотря на то, что в настоящее время российская таможенная политика направлена на то, чтобы постепенно уменьшить вывоз продукта с низкой добавленной стоимостью, и перейти к экспорту продуктов глубокой переработки древесины, до сих пор его доля составляет всего лишь 20% в общем объеме.

Таким образом, можно говорить о неэффективности реализуемой политики по вводу «запретительных» таможенных тарифов: лесопромышленные предприятия оказались не готовы к переработке заготавливаемого объема древесины. В связи с чем, целью данного исследования является обоснование необходимости развития деревообрабатывающего кластера в Приморском крае.

К основным проблемам, сдерживающим развитие лесопромышленного комплекса можно отнести следующие: низкую эффективность использования лесных ресурсов, недостаток мощностей по глубокой переработке древесины, использование устаревших технологий, оборудования и ряд других.

На современном этапе главная задача комплекса края заключается в рациональном использовании лесных ресурсов, повышении конкурентоспособности выпускаемой продукции, удовлетворении потребностей внутреннего рынка в продукции с высокой добавленной стоимостью при одновременном увеличении ее доли в экспорте. Другими словами, необходимо повышение уровня конкурентоспособности деревообрабатывающего комплекса Приморского края.

Одним из самых мощных инструментов государственной политики повышения конкурентоспособности в настоящее время считается

кластерная стратегия. По определению М.Портера, «кластеры — это сконцентрированные по географическому признаку группы взаимосвязанных компаний, специализированных поставщиков, поставщиков услуг, фирм в соответствующих отраслях, а также связанных с их деятельностью организаций» [3, с. 28].

Для обоснования необходимости развития кластера был проведен анализ конкурентной устойчивости деревообрабатывающей отрасли в крае. К показателям, отражающим конкурентную устойчивость отрасли в крае и потенциал его кластеризации, относится коэффициент душевого производства (рис.2), определяемый отношением удельного веса отрасли края в объеме производства России к удельному весу численности населения региона в общей численности населения страны[4, с. 250].

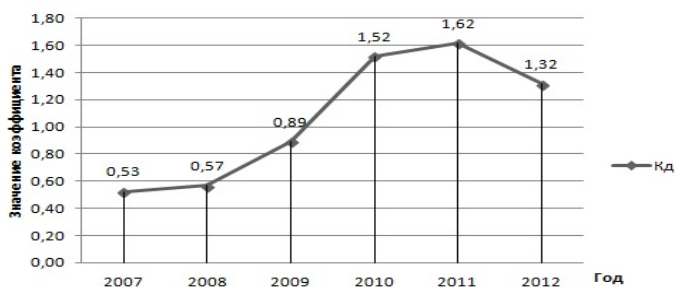


Рисунок 2 – Коэффициент душевого производства

Коэффициент специализации (рис. 3) определяется как отношение удельного веса региона в стране по данной отрасли к удельному весу региона в ВВП страны.

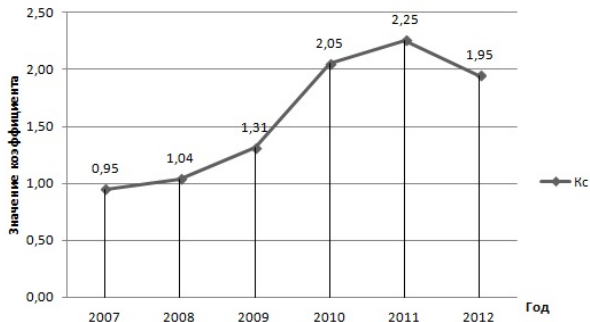


Рисунок 3 – Коэффициент специализации региона на деревообрабатывающей отрасли

Коэффициент локализации производства на территории региона (рис.4) рассчитывается отношением удельного веса данной отрасли в структуре производства региона к удельному весу той же отрасли в стране.

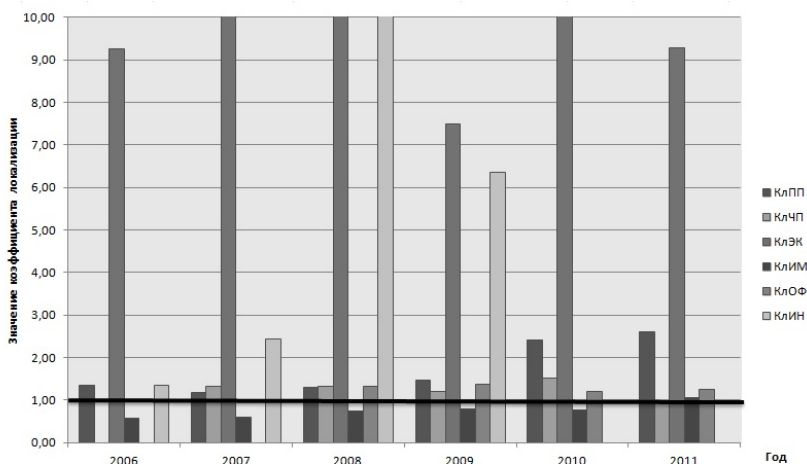


Рисунок 4 – Сводная диаграмма коэффициентов локализации

Проследив динамику коэффициентов локализации на протяжении 11 лет, следует отметить увеличение значения показателей с 2007 по 2011 годы, что свидетельствует о возможных дальнейших перспективах роста кластера. Снижение коэффициентов локализации в 2012 году указывает о необходимости расширения ассортимента выпускаемой продукции и необходимости модернизации производства.

Все рассчитанные коэффициенты больше единицы или стремятся к ней, уровень специализации высокий, что свидетельствует о том, что рассмотренная отрасль выступает как отрасль рыночной специализации и создание кластера является возможным.

Структура горизонтального кластера может быть представлена в виде совокупности взаимосвязанных производств и организаций (рис. 5).

Первым этапом цикла производства будет являться лесозаготовительная деятельность. Ядром кластера станут предприятия занимающиеся производством мебели, пиломатериалов, а в перспективе и производством домостроительных комплексов с использованием традиционного экологически чистого материала, спрос на которые в соответствии с Прогнозом развитию лесного сектора России до 2030 года, с каждым годом будет увеличиваться.

Для решения одной из актуальных проблем отрасли, заключающейся в необходимости переработки всего объема

заготавливаемой древесной биомассы, следует развивать все способы переработки древесины: механические, химико-механические и химические. В связи с этим необходимо уделять внимание производству древесных плит и целлюлозно-бумажной промышленности, которая является важной составной частью лесопромышленного комплекса любой развитой страны, тем более что сейчас наблюдается устойчивый рост спроса на тарный картон и гофропродукцию для предприятий отрасли бумажной упаковки.

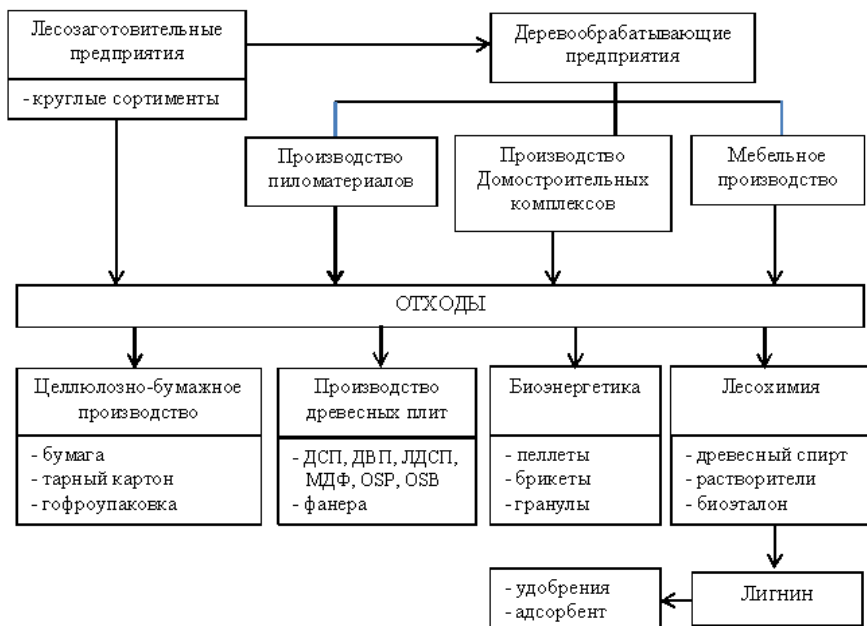


Рисунок 5 – Структура основного производства деревообрабатывающего кластера

Все остатки от деревопереработки и целлюлозно-бумажной промышленности можно преобразовать в топливо – топливные брикеты, гранулы, пеллеты. Производство и применение топливных брикетов позволит снизить количество вредных выбросов в атмосферу, уменьшить энергетический дефицит, продлить время пользования невозобновляемыми источниками энергии, удовлетворить нужды края в выработке тепла, повысить уровень энергодостаточности региона.

Завершающий этап переработки биомассы - лесохимия. Большое практическое значение имеет выработка этилового спирта: использование топливных бензиновых смесей на основе биоэтанола и биобутанола, по оценкам специалистов, будет стремительно расти, особенно в странах ЕС.

Переработку лигнина – отхода гидролизного производства, можно осуществлять в следующих направлениях: производство удобрений и производство абсорбента.

Таким образом, общая база производственных ресурсов позволяет развивать межфирменную кооперацию по всей цепочке создания ценностей.

В итоге создание горизонтально кластера позволит:

- повысить эффективность взаимодействия предприятий, государства, несырьевых взаимосвязанных производств, исследовательских и образовательных учреждений;

- уменьшить импортную зависимость в готовой продукции;

- снизить экспорт необработанной древесины;

- перейти к производству продукции с высокой добавленной стоимостью, предназначенной как для внутреннего потребителя, так и для экспорта;

- как следствие, повысить конкурентоспособность деревообрабатывающего комплекса Приморского края.

Список использованной литературы:

1. Всемирный экономический форум: рейтинг глобальной конкурентоспособности 2012–2013. [Электронный ресурс] //World economic forum. - Режим доступа:

http://www3.weforum.org/docs/WEF_GlobalCompetitivenessReport_2012-13.pdf

2. Федеральная служба государственной статистики: Внешняя торговля, экспорт важнейших товаров за январь-декабрь 2011 г - [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/frtrade.

3. Портер М. «Конкуренция»: Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2005г. – 608с.

4. Данько Т.П. Основные подходы к выявлению кластеров в экономике региона /Т.П. Данько, Е.С. Куценко [Электронный ресурс] //Проблемы современной экономики. – Электронный журнал. – 2012. - №1. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-podhody-k-vyyavleniyu-klasterov-v-ekonomike-regiona>.

© Л.Ф. Степулева, А.В. Ряшина, 2013

С.В. Таскаев,
магистрант 2 курса Института Заочного обучения
Новосибирского государственного университета
экономики и управления,
г. Новосибирск, Российская Федерация

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТЬЮ В ОРГАНИЗАЦИИ

В статье рассматриваются проблемы управления дебиторской задолженностью и пути их эффективного решения. Автором даны предложения по совершенствованию процесса управления дебиторской задолженностью. Определены этапы на стадиях предварительного, текущего и последующего контроля за движением и инкассацией дебиторской задолженности как функции управления, направленные на решение основных задач по укреплению финансового состояния организации и повышению конкурентоспособности.

Конкурентное преимущество субъектов хозяйствования в условиях рыночной экономики во многом зависит от полноты, достоверности и своевременности информации, на основе которой формируются и реализуются управленческие решения.

В управлении дебиторской задолженностью поставщиком такой информации является система учета организации, которая обеспечивает классификацию и группировку обязательств по различным критериям, организацию полного контроля за ее погашением с целью недопущения образования просроченных и безнадежных к возврату долгов, применение методов учета и оценки дебиторской задолженности, формирование прогноза будущей ситуации.

Реализация указанных направлений возможна только при наличии эффективной системы, обеспечивающей синтетический и аналитический учет дебиторской задолженности в необходимой степени детализации для целей управления в соответствии с персонализированными запросами заинтересованных пользователей [1, с. 240].

С позиции аналитического подхода к формированию информации система учета представляет собой сложную многофакторную систему, в основе построения которой лежат следующие главные принципы:

- полнота отражения;
- обособленное отражение в учете качественного состояния дебиторской задолженности;
- обязательность классификации дебиторской задолженности по различным временным периодам;
- классификация учетных данных по видам продукции или услуг.

В условиях неопределенности и риска, обусловленного рыночной системой хозяйствования, к системе управления организацией в области контроля предъявляются дополнительные требования, которые выражаются:

- мониторинге изменений, происходящих во внутренней и внешней окружающей обстановке;
- в смещении акцента с контроля прошлого на анализ будущего;
- в повышении гибкости предприятия, увеличении скорости реакции на изменения внешней среды;
- обоснованной системе действий по обеспечению выживаемости предприятия по избежанию кризисных ситуаций [2, с. 11].

Предварительный контроль происходит на стадии формирования бюджетов, до начала реализации целей предприятия на предстоящий период. На этом этапе необходимо согласовать параметры финансово-хозяйственной деятельности организации с актуальными условиями бизнес-среды.

Контроль за движением и своевременной инкассацией дебиторской задолженности, как одна из функций управления, ставит своей целью проверку достоверности возникновения, эффективности использования и истребования дебиторской задолженности, установление степени и характера влияния на показатели финансовой отчетности и объем продаж на основании информации, поступающей на разных стадиях контроля [3, с. 427].

Для того, чтобы располагать полной и достоверной информацией о дебиторской задолженности организации, необходимо осуществлять контроль на каждом этапе реализации управленческих решений. Бюджетирование, как важная функция управления, неразрывно связано с предварительным, текущим и последующим контролем.

Определить объем денежных средств, планируемый для инвестиций в дебиторскую задолженность, возможно по следующей формуле:

$$\text{ИДЗ} = \text{ОРК} * \text{КСЦ} * (\text{ППК} + \text{ПР}), \text{ где}$$

ИДЗ — объем денежных средств, инвестируемых в дебиторскую задолженность;

ОРК — планируемый объем реализации продукции в кредит;

КСЦ — коэффициент соотношения себестоимости и цены продукции;

ППК — средний период предоставления кредита покупателям (в днях);

ПР — средний период просрочки платежей по предоставленному кредиту (в днях) [5, с. 32].

Финансовая эффективность сбытовых операций обеспечивается, прежде всего, разработкой и реализацией политики коммерческого кредита. Принятая организацией система кредитных условий определяет срок предоставления кредита (кредитный период), размер предоставляемого

кредита (кредитный лимит), систему предоставляемых скидок при досрочной оплате, систему штрафных санкций за просрочку исполнения обязательств покупателями.

Ключевым звеном в формировании кредитной политики является определение стандартов оценки покупателей на основе кредитоспособности, характеризующей финансово-хозяйственное состояние покупателя, его способность эффективно использовать заемные средства и выполнять все связанные с ними финансовые обязательства в полном объеме и в предусмотренные договором сроки.

Задача предварительного контроля за движением дебиторской задолженности состоит в проведении эффективной политики по привлечению новых клиентов, расширению рынков сбыта, направлена на безусловный возврат дебиторских долгов и обеспечение платежеспособности организации.

В связи с этим важным направлением предварительного контроля является разработка и оптимизация графика погашения дебиторской задолженности, поскольку своевременное и полное поступление платежей от дебиторов является условием своевременных и полных расчетов с кредиторами[4, с. 131].

Текущий контроль базируется на обратной связи через систему учета в виде отчетов, периодичность подготовки и детализация которых зависит от уровня управления, для которого они предназначены, вида центров ответственности и ситуационных потребностей менеджмента.

Для осуществления текущего контроля необходимо определить состав показателей, корректировка которых возможна, а также методику и последовательность его выполнения.

Последующий контроль осуществляется по истечении заданного периода времени путем сопоставления фактических результатов и плановых показателей. В отличие от текущего последующий бюджетный контроль не обладает оперативным корректирующим воздействием, выполняя другие функции:

- способствует получению целостной информации, на основе которой корректируются будущие бюджеты с учетом экономических реалий прошлого;
- позволяет производить более точный расчет фактических показателей бюджетов с учетом временных факторов, что в свою очередь, дает возможность более объективно оценивать деятельность менеджеров и руководимых ими центров ответственности [3, с. 432].

Организационной формой результатов текущего и последующего контроля являются отчеты по исполнению бюджета, в которых отражается информация по трем направлениям: планируемые показатели, фактические результаты и данные об отклонениях между фактическими и бюджетными показателями, сопровождающиеся пояснениями.

Контроль за движением и инкассацией дебиторской задолженности как функция управления предусматривает реализацию следующих процедур на стадиях предварительного, текущего и последующего контроля.

Предварительный контроль

- определение объема денежных средств, планируемого для инвестиций в дебиторскую задолженность по товарному (коммерческому) кредиту;
- формирование кредитной политики предприятия, включая систему кредитных условий и систему оценки финансового положения покупателей;
- принятие решения о предоставлении коммерческого кредита покупателю, согласование с ним условий кредитования;
- разработка графика погашения дебиторской задолженности, формирование платежного календаря;
- формирование резерва по сомнительным долгам.

Текущий контроль

- отгрузка продукции покупателю, незамедлительная выписка счета;
- на основании данных системы учета формирование реестра критических сроков погашения дебиторской задолженности;
- предварительное напоминание дебиторам о сроках погашения обязательств;
- контроль поступления денежных средств и иных активов от дебиторов;
- в случае задержки исполнения обязательств — напоминание о необходимости оплаты, применение предусмотренной договором санкции;
- использование альтернативных способов погашения дебиторской задолженности;
- в случае невозможности погашения долга дебитором — обращение в арбитражный суд;
- составление актов сверки взаимных расчетов, проведение инвентаризации дебиторской задолженности;
- списание неральных к взысканию долгов;
- выявление внутренних и внешних причин, оказавших влияние на формирование фактических показателей дебиторской задолженности.

Последующий контроль

- сопоставление бюджетных и фактических показателей величины дебиторской задолженности;
- оценка влияния фактической величины дебиторской задолженности на финансовое состояние организации;
- корректировка кредитной политики;
- корректировка бюджетов.

Результаты анализа, полученные на этапах предварительного, текущего и последующего контроля, должны учитываться при разработке мероприятий по совершенствованию управления дебиторской задолженностью и оптимизации ее параметров. Кроме того, на основе полученных данных может быть сделан достоверный прогноз будущей ситуации, определено оптимальное и вероятностное значение дебиторской задолженности, ориентированное на более эффективное использование свободных денежных средств и недопущение появления безнадежных долгов.

Конкурентная экономическая среда оказывает существенное влияние на формирование и принятие информационно обоснованных управленческих решений. Использование предложенной методики совершенствования дебиторской задолженности способствует повышению качества и оперативности информации, обеспечивает эффективный контроль за состоянием расчетов с дебиторами и снижение риска образования просроченной задолженности, содействует формированию рациональной политики предоставления кредитов, укреплению финансового благополучия и росту эффективности использования средств хозяйствующими субъектами в стремительно изменяющихся рыночных условиях.

Список использованной литературы:

1. Баркан Д.И. Управление продажами: Учебник. 2-е изд., испр. / Высшая школа менеджмента СПбГУ. - СПб.: Изд-во «Высшая школа менеджмента»; Издат. дом С.-Петербур. гос. ун-та, 2008. — 908 с.
2. Ерофеева В.А., Пискунов В.А., Битюкова Т.А. Аудит: учеб. пособие. — М.: Высшее образование, 2008. - 447 с.
3. Ивашкевич В.Б. Бухгалтерский управленческий учет: учебник. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Магистр, 2008. - 574 с.
4. Крейнина М.Н. Финансовый менеджмент: Учебное пособие. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Изд-во «Дело и Сервис», 2001. — 400 с.
5. Николаев И., Андреева Л. Рекомендации по управлению дебиторской задолженностью // Финансовый директор. - 2004. - № 1. - С. 31–40.

© С.В. Таскаев, 2013

Е.Г. Трофимова,
доцент РМАПО,
г. Москва, Российская Федерация
С.А. Сурков,
ведущий тьютор ЛИНК,
г. Москва, Российская федерация

ПРОБЛЕМЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ОБРАЗОВАНИЯ В ЭКОНОМИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ РОССИИ

В настоящее время имеется много публикаций, в которых отмечается, что кризис современной системы образования в России, и тому имеется несколько причин. *Во-первых*, в России в целом имеют место *кризисные явления* в экономической, политической и социальной сферах, что не могло не сказаться на образовании.

Во-вторых, нельзя не признать явно неудачным, ни по времени, ни по модели, ни по концепции, *способ реформирования образования на основе Болонского процесса*. Этот подход в современном виде сформировался много лет назад и для иных условий, и свойственен именно тем условиям и тому времени. Судя по всему, возможности полного использования или частичного применения данной модели так же, как, вероятно, и обстоятельства вступления в ВТО, и отдаленные последствия для России, недостаточно подробно анализировались и изучались. Сейчас ясно, что оба действия, предпринятые с целью усиления интеграции России в мировое сообщество, оказались ошибочными.

В-третьих, «продвинутые» западные курсы, на которых, так или иначе, сейчас базируется подавляющее большинство отечественных бизнес-школ, составлены применительно к реалиям и потребностям постиндустриального общества. Россия же сейчас переживает даже не доиндустриальный, а позднефеодальный период своего развития. Имеет место «присваивающая» экономика, когда условные «феодалы» извлекают доходы из природной ренты, продавая более развитым странам богатства своих недр. Успех и самореализация людей зависит, как и в феодальном обществе, от близости к «феодалу», его благорасположенности к данному индивиду или их группе, и т.д. В этой совокупности условий уровень и качество образования находятся на одном из последних мест. Ситуация осложняется разрывом между постиндустриальным характером обучения и позднефеодальным состоянием общества. Идеи, модели, и основанные на них курсы, соответствующие экономической формации феодализма, никто не разрабатывает, да и странно представлять себе подобный регресс в науках, например, в науке об управлении.

Все это приводит к постоянному ухудшению результатов деятельности образовательной системы. Можно привести пример одной из бизнес-школ, на обучение в которую приходят студенты со все более низкой культурой и, соответственно, грамотностью. Оценка изменения грамотности авторов экзаменационных работ представлена на Рис. 1.



Рис.1. Изменение уровня грамотности во времени

Естественно, что от таких студентов, несмотря на их сиюминутные успехи в производственной и предпринимательской деятельности, трудно ожидать существенных достижений в изучении и освоении современных положений теории и практики, в частности, в менеджменте. Это приводит к тому, например, что разветвленная и интенсивно работающая система бизнес-образования, среди прочих причин, не дает существенного приращения темпов экономического развития России.

В-четвертых, для широких масс возможных потребителей услуг образования является неочевидным наличие прямой связи между уровнем образования и уровнем экономического развития, как территорий, так и отдельных организаций. Возникает впечатление, что этой взаимосвязи пока нет и объективно, так как сложившаяся в стране экономическая модель не способствует личному продвижению более образованных людей, а такое продвижение всегда было, и, скорее всего, долго будет основой экономического и социального развития общества. Опрос 128 менеджеров, непосредственно участвующих в процессе осуществления предпринимательской деятельности, показал, что 68% из них не видят перспектив для себя в сложившихся экономических отношениях.

Соответственно, *в-пятых*, можно отметить наличие в России такого способа производства, который не связан с использованием достижений науки управления для решения проблем, стоящих перед коммерческими фирмами. Поэтому организация обучения, оплата расходов на обучение сотрудников считается вторичным делом по отношению к повседневным составляющим функционирования предприятия. В 42% случаев, по словам участвовавших в упомянутом опросе менеджеров, оплата и/или другой

способ предоставления возможности обучения сотрудникам со стороны организации, рассматривается, как мотивирующее воздействие на них, а не как неотъемлемая потребность фирмы.

Подобная ситуация не только не способствует развитию образовательной системы, но и сдерживает экономическое развитие страны в целом, так как не дает возможности эффективно использовать мировой опыт, да и разработки отечественных ученых и специалистов в сфере управления.

Таким образом, необходимость экономических преобразований в России тесно связана с потребностями в реформировании образовательного сектора. Можно наметить следующие подходы к решению этой задачи.

1. Четко сформулировать экономические приоритеты развития России, увязав их с определенным образом сформулированной национальной идеей.

2. Связать пути развития образования с экономическими стратегиями развития страны.

3. Определить приоритетные направления развития образовательной системы и направить туда ресурсы и людей, приняв специальные государственные программы. Одним из таких направлений считать освоение и развитие новых технологий.

4. Выстроить систему взаимодействия предприятий с учебными заведениями, законодательно и финансово поощряя тех из них, кто напрямую работает с образовательными учреждениями.

5. Широко распространить сведения о приоритетности для страны образовательного пути развития, изменяя, таким образом, ментальные модели молодого населения страны.

6. Провести реиндустриализацию страны с тем, чтобы обеспечить рабочие места носителям новых технологий, выходящим из образовательной системы.

© Е.Г. Трофимова, С.А. Сурков, 2013

УДК 334.723

М.Г. Фархутдинов,

магистрант 2курса Высшей школы экономики и менеджмента,

Уральский федеральный университет

имени первого Президента России Б.Н. Ельцина,

г. Екатеринбург, Российская Федерация

ГЧП КАК СПОСОБ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ ИНВЕСТОРА

Неравномерность социально-экономического развития стран и отдельных территорий, сложность, ресурсоемкость и длительные сроки

окупаемости инфраструктурных проектов, дефициты бюджетов, ограничения по привлечению заемного финансирования приводят к тому, что проблемы в общественной инфраструктуре существуют в любой стране мира. Очевидным решением является привлечение частного бизнеса к развитию инфраструктуры. Его заинтересованность объясняется общеизвестным фактом, инфраструктура - это большой стабильный долгосрочный бизнес.

В связи с этим очевидна необходимость применения модели развития инфраструктуры, альтернативной как традиционным механизмам государственных закупок, так и приватизации. Таким эффективным и приемлемым для государства, частного бизнеса и населения механизмом, как показывает иностранная практика и пилотные российские проекты, является государственно-частное партнерство (ГЧП) [1].

Традиционные формы ГЧП, применяемые за рубежом и в России, не в каждом случае совершенны, так как не учитывают все возможные варианты вложения инвестиций. Это происходит в следствие отсутствия взаимосвязи на стадии разработки проектной документации между органом власти и частным бизнесом. В определении сферы интересов потенциального инвестора при ГЧП и заключается новизна исследования.

Целью работы является выяснение механизма взаимодействия органов власти и частного бизнеса при реализации проектов государственно-частного партнерства, и определение направления его развития.

Понятие «государственно-частное партнерство» (public-private partnership, PPP) сегодня широко используется и в России, и в мире, но не имеет четкого общепринятого определения. При этом в мире существует единство в понимании, в каких сферах применяется ГЧП, какие используются модели для реализации проектов ГЧП и какой необходимо сформировать инструментарий.

ГЧП – это привлечение частного сектора для более эффективного и качественного выполнения задач, относящихся к публичному сектору, на условиях компенсации затрат, разделения рисков, обязательств, компетенций.

Сфера ГЧП четко очерчена, это общественная инфраструктура: совокупность сооружений, зданий, оборудования, систем и служб, необходимых для функционирования отраслей материального производства и обеспечения условий жизнедеятельности общества (вода, тепло, обращение с твердыми бытовыми отходами, образование, здравоохранение, транспорт, присутственные места и др.).

Государство в лице органа власти организует процесс ГЧП, состоящий в подготовке и проведении конкурсной конкурентной процедуры; по результатам конкурса выбирается победитель, который

привлекает финансирование и оказывает услугу государству на условиях, определенных контрактом; стороны контролируют выполнение контракта.

В конечном счете, результаты деятельности частного инвестора при реализации проекта на условиях ГЧП всегда оказываются в собственности государства (муниципалитета).

Таким образом, ГЧП является альтернативой приватизации инфраструктуры, так как сохраняет государственный контроль над ней, неэффективному управлению инфраструктурой органами государственного и муниципального управления, к тому же ограниченными в своей деятельности жесткими бюджетными рамками [2].

ГЧП обладают рядом преимуществ, среди которых стоит отметить улучшение сервиса предоставляемых услуг, увеличение числа создаваемых инфраструктурных проектов, повышение эффективности размещения ресурсов государством, обеспечение сервиса, который не был доступен ранее, активное использование инновационных решений, прозрачность финансовых потоков, снижение расходов государства и уменьшение бюджетного дефицита.

Государственно-частное партнерство может иметь различные формы, но в основе каждого успешного проекта лежит следующая концепция. За счет привлечения опыта частного сектора и перераспределения риска в отношении стороны, которая способна более эффективно справляться с таким риском, можно повысить общую эффективность проекта. Государство, вступая в союз с бизнесом, как правило, тем самым снижает нагрузку на бюджет и пользуется более гибкой и действенной системой управления проектом, а бизнес получает определенный набор гарантий и преференций.

Анализ зарубежного опыта реализации проектов государственно-частного партнерства показал, что практически во всех государствах, использующих механизмы государственно-частного партнерства, выделяется наиболее приоритетная отрасль по использованию государственно-частного партнерства. Наибольшее число проектов государственно-частного партнерства осуществляется в транспортной отрасли, социальной инфраструктуре, жилищно-коммунальном хозяйстве [3].

Институт государственно-частного партнёрства зародился в Великобритании в начале 80-х годов XX века и за относительно небольшой период времени доказал свою высокую эффективность. Проекты на основе механизмов ГЧП применяются сегодня в 60 странах.

В Англии инициатива частного финансирования появилась как средство обеспечения необходимой общественной инфраструктуры и услуг, используя финансы частного сектора вместо повышения долга или налогов.

Политика Италии всегда направлена на уменьшение участия государственных финансов в инфраструктурных проектах по предоставлению услуг, в связи с большим национальным долгом

государства. Поэтому здесь был создан отдел ГЧП как целевая группа продвигающая финансирование проекта и более поздние программы ГЧП. Причем подрядчик может получать оплату за свои услуги путем взимания вознаграждения с конечных пользователей или напрямую от органа власти.

Практика государственно-частного партнерства в США имеет долгую и обширную историю. Самые первые форматы возникли более двухсот лет назад в период становления американской государственности. Сейчас на территории страны успешно действуют тысячи ГЧП между федеральными, муниципальными органами власти и деловым сообществом.

Проекты ГЧП в Германии реализуется, как правило, в области сооружения, модернизации или реконструкции различного рода инфраструктурных объектов, а также других социально значимых объектов недвижимости и последующего управления ими. ГЧП в Германии можно также представить как особый вид сделки между органом власти и представителем частного бизнеса, имеющей не материальную, а, в большей степени, функциональную основу, так как в данном случае в частные руки передаются в первую очередь полномочия управления государственной (муниципальной) собственностью или другие государственные функции.

Проведенный в недавнем времени немецкими учеными предметный анализ 91 реализованного проекта показал среднюю эффективность ГЧП в сравнении с традиционными формами кооперации государства и бизнеса на 14,6% выше [4].

При этом прослеживается интересная закономерность – в государствах, которые характеризуются наличием рыночной экономики, высоким уровнем производительности труда и высоким уровнем потребления валового внутреннего продукта на душу населения, где гарантируется высокий уровень социальной защиты, где велика средняя продолжительность жизни и наблюдается высокое качество медицинского обслуживания и образования государственно-частное партнерство используется чаще в отраслях здравоохранения и образования, то есть на объектах социальной инфраструктуры.

В развивающихся государствах (Бразилия, Мексика, Саудовская Аравия, Чили) приоритетными в отношении применения государственно-частного партнерства являются объекты транспортной инфраструктуры. Данное обстоятельство обуславливается более низким уровнем экономического развития в этих странах и заинтересованностью государства в развитии именно данной приоритетной отрасли.

Из вышесказанного следует вывод о том, что существует определенная зависимость между уровнем развития государства, уровнем жизни населения и отраслью, которая определяется в государстве в качестве приоритетной для развития с помощью механизмов государственно-частного партнерства. Соответственно, большинство развитых стран выбирает – социальную инфраструктуру в качестве приоритета, в том время как развивающиеся страны – транспортную отрасль [3].

Потребность в государственно-частном партнерстве в России огромна. Бюджетного финансирования на строительство многих нужных объектов либо недостаточно, либо нет. При этом есть компании, которые проявляют к таким проектам интерес. В свою очередь законодательства, которое будет регулировать эти отношения, не существует.

Дело в том, что по нынешним законам регулируются только две формы государственно-частного партнерства - концессионные соглашения и контракты жизненного цикла для автодорог. Но эти механизмы подходят не под все проекты. В то же время в мире существует 9 основных форм соглашений о ГЧП [5].

В настоящее время в России реализуется более 200 проектов ГЧП в следующих сферах: транспорт, теплоснабжение, водоснабжение и водоотведение, здравоохранение и образование, физкультура и спорт, обращение с ТБО, технопарки. Наиболее известными среди них являются строительство и эксплуатация на платной основе скоростной автодороги Москва – Санкт-Петербург на участке 15-58 км, нового выхода на Московскую кольцевую автодорогу с автотрассы М1 «Москва-Минск», реконструкция и модернизация аэропорта «Пулково» [2].

Анализ зарубежного и отечественного опыта реализации проектов ГЧП позволяет сделать вывод о том, что при подготовке и проведении конкурсной процедуры органы власти не учитывают интересы потенциальных инвесторов. Решения принимаются, исключительно, исходя из потребности государственных или муниципальных властей в том или ином проекте. При этом есть множество направлений, куда частный бизнес с большим желанием может вкладывать свой капитал с извлечением выгоды в виде сокращения издержек. Такие проекты являются наименее рисковыми, поскольку сэкономить имеющиеся средства гораздо надежнее, чем извлекать прибыль из вложенного капитала.

В настоящее время все проекты ГЧП нацелены на строительство или модернизацию объектов инфраструктуры, которые в данный момент не связаны с субъектом инвестирования. Поэтому единственный вариант для частного инвестора – исполнить условия контракта и получить прибыль.

Однако, зачастую инфраструктурные проекты могут оказаться более привлекательными для организаций, деятельность которых по строительству инфраструктурных объектов не является профильной. С развитием промышленного производства и его масштабов увеличивается количество грузоперевозок. Немалую часть из них составляют перевозки автомобильным транспортом по дорогам общего пользования, что связано с монопольно высокими ценами на железнодорожные перевозки.

Таким образом, каждое промышленное предприятие в России заинтересовано в совершенствовании дорожной сети. Однако, модернизация или строительство дорог на прилегающих территориях не всегда может принести предприятию желаемый эффект. Поэтому такие инвестиционные

проекты прекращаются на стадии разработки. Объединение усилий местных органов власти и предприятий может решить эту задачу. Но в таком случае органам власти, возможно, придется произвести корректировку конкурсной документации с учетом интересов частного инвестора, а это по условиям реализации проектов ГЧП невозможно. Значит, орган управления по итогам конкурса заключит договор с другой организацией, которая, в свою очередь, будет извлекать выгоду за счет конечного потребителя, а не за счет сокращения собственных издержек. В конечном итоге это не позволит произойти увеличению налоговой базы первому предприятию, так как сокращение издержек приводит к увеличению прибыли.

Такой подход можно использовать и при реализации проектов, связанных с энергетикой, и социально-ориентированных проектов. Например, организация медицинской клиники непосредственно на территории предприятия позволит сократить издержки работодателя на проведении медицинских осмотров для коллектива, а муниципалитету, региону, государству – получить дополнительную единицу медицинского учреждения.

Для реализации данного направления необходимо внести изменения в законодательство в сфере ГЧП таким образом, чтобы при рассмотрении проекта можно было учесть интересы потенциального инвестора. Но в то же время требуется ужесточение законодательства, иначе это станет средой для лоббирования интересов некоторых частных компаний.

Таким образом, при реализации проектов ГЧП должна быть учтена, главным образом, возможность сокращения издержек потенциальных инвесторов. Впоследствии это будет иметь положительный эффект для всех сторон государственно-частного партнерства, а также для конечного потребителя и государства в целом. Реализация такого подхода невозможна без изменения законодательства.

Список использованной литературы:

1. Российская Бизнес-газета №895 (17) 7 мая 2013 г.
2. <http://www.pppinrussia.ru>.
3. Васильева Е.И., Минин М.В. Роль государственно-частного партнерства в модернизации инфраструктуры (на примере зарубежных стран). Электронный журнал научных публикаций студентов и молодых ученых №4 (11) декабрь 2012 г.
4. <http://www.ppp-vko.kz>.
5. Российская Газета №175 8 марта 2013 г.

© М.Г. Фархутдинов, 2013

М.Г. Фархутдинов,
магистрант 2курса Высшей школы экономики и менеджмента,
Уральский федеральный университет
имени первого Президента России Б.Н. Ельцина,
г. Екатеринбург, Российская Федерация

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНВЕСТИПРОЕКТА ПО СОКРАЩЕНИЮ ЭНЕРГОЗАТРАТ

Определение приемлемого для инвестора уровня экономической эффективности инвестиций является наиболее сложной областью экономических расчетов, так как здесь необходимо свести воедино все множество факторов различных интересов и потенциальных инвесторов, и кредиторов, учесть трудно предсказуемые изменения во внешней среде по отношению к проекту в условиях нестабильной экономики: инфляционное влияние и возможные изменения в системе налогообложения. Все это многократно усложняется в связи с тем, что оценка эффективности должна базироваться на соответствующей информации за весьма длительный расчетный период.

В настоящее время, определение эффективности инвестиционного проекта связано с разработкой технико-экономического обоснования. Инженеру – разработчику материально-технической части проекта, зачастую, довольно сложно производить расчеты экономических параметров. Новизна исследования заключается в выявлении закономерности влияния энергетической эффективности инфраструктурного проекта на экономическую.

Цель работы состоит в том, чтобы найти количественную взаимосвязь между различными видами эффективности инвестиционного проекта.

Инвестирование – это сложный многогранный процесс, на который влияет множество факторов, знание которых имеет важное научное и практическое значение. С практической точки зрения знание таких факторов, механизма их влияния на инвестиционную деятельность и эффективность инвестиций является основой для разработки научно обоснованной инвестиционной политики и более эффективного управления инвестиционным процессом.

В общем понимании эффективностью называют степень достижения наилучших результатов при наименьших затратах. Методическими рекомендациями эффективность инвестиционного проекта рассматривается как категория, отражающая соответствие инвестиционного проекта целям и интересам его участников. Эффективность участия в проекте собственного капитала некоторого участника определяется по

соотношению (с учетом разновременности) его собственного капитала, вложенного в проект, и капитала, полученного им за счет реализации проекта и остающегося в его распоряжении.

Проблема оценки экономической эффективности инвестиционного проекта заключается в определении уровня его доходности в абсолютном и относительном выражении (в расчете на единицу инвестиционных затрат), что обычно характеризуется как норма дохода.

Чаще всего критерием для определения величины экономической эффективности инвестиций, вложенных в основной капитал, в отечественной практике является такой показатель, как абсолютная эффективность инвестиций в основной капитал, определяемая по формуле:

$$Э_{и} = П_{ч} / K,$$

где $Э_{и}$ - эффективность инвестиций;

$П_{ч}$ - чистая прибыль, полученная в результате вложения инвестиций;

K - капитальные вложения.

Критерий принятия инвестиционных решений на основе максимизации прибыли может быть использован для оценки эффективности работы компании. Это особенно важно, так как до настоящего времени не было предложено более наглядного способа измерения эффективности компании и иной цели, обеспечивающей долгосрочное благосостояние акционеров и общества в целом.

Необходимо отметить, что в научной литературе недостаточно изучены и освещены факторы, влияющие на инвестиционную деятельность и эффективность инвестиций. Кроме того, среди авторов нет единого взгляда при исследовании данного вопроса.

Автором были разработаны инфраструктурные инвестиционные проекты по строительству дополнительного путепровода через железнодорожную магистраль Пермь - Свердловск на 1773 км в г. Первоуральск, водогрейной котельной малой мощности на территории ОАО «ГНТЗ» и тепловой сети до поселка Самстрой, а также бойлера-утилизатора и магистрального трубопровода до поселка Талица. При исследовании различных сценариев развития данных проектов была выявлена взаимосвязь между величиной капитальных вложений, рентабельностью инвестиций и количеством сэкономленной энергии в результате их реализации.

Чтобы получить наглядную зависимость между этими величинами, была определена удельная экономия энергии в расчете на одну тысячу рублей инвестиций, а также удельная стоимость экономии одного Гкал энергии в тысячах рублей (с учетом цен и тарифов на II квартал 2013 года). Полученные показатели представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Показатели реализации инвестиционных проектов

Капитальные вложения, тыс.руб.	Количество сэкономленной энергии, Гкал/год	Рентабельность инвестиций, %	Удельная экономия, Гкал/тыс.руб.	Удельная стоимость экономии, тыс.руб./Гкал
6081,4	1789	26	0,294176	3,399329
6081,4	1488	18	0,244681	4,086962
6081,4	1562	20	0,256849	3,893342
7288	1562	12	0,214325	4,665813
6081,4	1562	12	0,256849	3,893342
4370	1212	28	0,277346	3,605611
4370	1212	22	0,277346	3,605611
4370	1212	24	0,277346	3,605611
5684,4	1212	14	0,213215	4,690099
4370	1212	15	0,277346	3,605611
3799	1460	30	0,384312	2,602055
3799	1168	18	0,307449	3,252568
3799	1241	20	0,326665	3,061241
4559	1241	12	0,272209	3,673650

По данным таблицы 1 построен график зависимости рентабельности инвестиций от удельной экономии энергии в результате осуществления инвестиционного проекта. График представлен на рисунке 1.

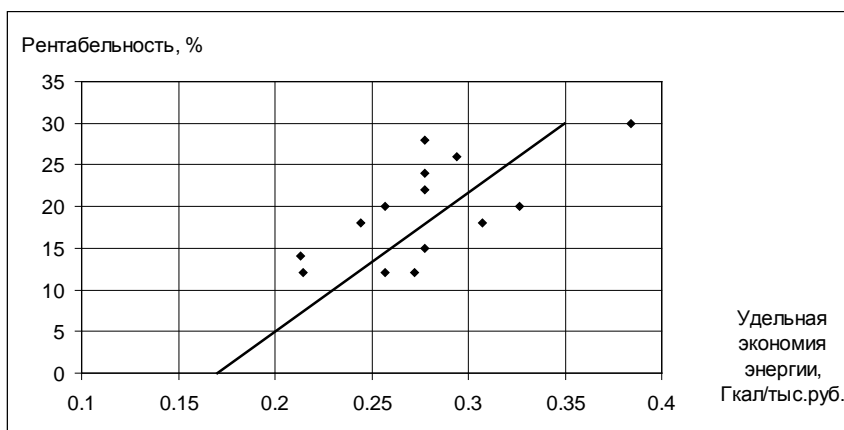


Рисунок 1 - График зависимости рентабельности инвестиций от удельной экономии энергии

С помощью метода наименьших квадратов была получена аппроксимированная прямая. Угол наклона между ней и осью абсцисс составляет 40° . Продолжение этой прямой пересекает ось абсцисс в значении 0,17 Гкал/тыс.руб.

Более наглядным представляется график зависимости рентабельности от удельной стоимости экономии энергии, представленный на рисунке 2, поскольку значения довольно просто корректировать с учетом индексации цен.

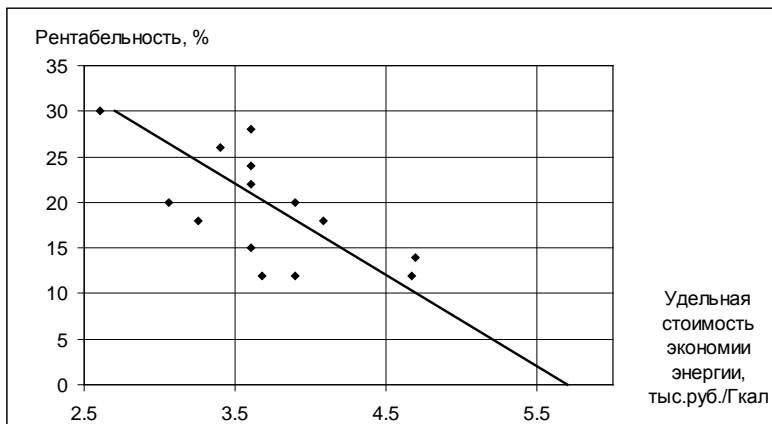


Рисунок 2 – График зависимости рентабельности от удельной стоимости экономии энергии

Таким же образом получена аппроксимированная прямая. Угол наклона между ней и осью абсцисс составляет 140° . Продолжение этой прямой пересекает ось абсцисс в значении 5,8 тыс.руб./Гкал. То есть, если стоимость инвестиционного проекта в расчете на каждый сэкономленный Гкал энергии, с учетом всех имеющихся альтернативных вариантов, больше 5,8 тыс.руб./Гкал, то рентабельность ниже 0.

Таким образом, в результате анализа данных реализации инвестиционных проектов была дана количественная оценка зависимости рентабельности от величины капитальных вложений и, связанной с внедрением технических устройств, экономией энергии. Теперь, зная количество средств, направляемых на реализацию инфраструктурного проекта, и количество сэкономленной энергии (в результате его осуществления) можно оценить уровень рентабельности. Наоборот, имея средства и задав определенный уровень рентабельности, можно рассчитать требуемую энергоэффективность проекта.

М.С. Фомина, Н.Е. Садковская,
студентки 2 курса социально-экономического факультета,
Московский государственный университет
им. Н.Э. Баумана (Калужский филиал),
г. Калуга, Российская Федерация

ОЦЕНКА РАБОТЫ ПЕРСОНАЛА С ПОМОЩЬЮ КЛЮЧЕВЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ (KPI)

В последнее время многие работодатели начали проводить оценку персонала в отношении их способностей и качества работы, опираясь на систему ключевых показателей эффективности (KPI), тем самым руководители предприятий желают улучшить результаты работы организации через потенциал сотрудников. Однако любая оценка должна соответствовать стандартам, либо положениям, разработанными внутри самой организации.

Оценка труда предназначена не только для руководителей предприятий, но и для сотрудников, которые в свою очередь с ее помощью получают необходимую информацию о результате своей работы, качестве ее выполнения и уровне квалификации. Данный критерий позволяет выявить как преимущества, так и недостатки в работе персонала, так как вклад и возможности каждого сотрудника определяются и измеряются. Основой для выплаты регулярных премий является оценка труда, поэтому у сотрудников появляются возможности зарабатывать больше. Также оценка квалификации и потенциала сотрудника является непосредственным основанием для принятия решений по его обучению, карьерному росту.

KPI (Key Performance Indicator) – это показатель достижения успеха в определенной деятельности или в достижении определенных целей. Можно сказать, что KPI – это количественно измеримый индикатор фактически достигнутых результатов.

В русском языке данный термин имеет перевод как «ключевой показатель эффективности», что является не вполне корректным: эффективность характеризует соотношение между достигнутым результатом и затраченными ресурсами, но при помощи KPI можно измерить и другие параметры. Более правильным является перевод «Ключевой показатель деятельности».

Ключевые показатели эффективности направлены на то, что бы решить ряд задач:

- показать эффективную деятельность персонала;
- измерить прогресс достижения целевых показателей сотрудниками и организацией;

- придать работе организации системный характер.

Ключевые показатели эффективности (КПЭ) позволяют рассматривать текущую ситуацию в организации с точки зрения стратегической перспективы, т.е. производить анализ деятельности персонала и самой организации, тем самым корректируя работу для достижения поставленных целей в будущем.

Оценка труда персонала по ключевым показателям эффективности является актуальной на сегодняшний день. Однако, используя их, организации необходимо верно подобрать показатели, которые бы смогли охватить и измерить все результаты деятельности своего персонала.

Следует вводить и анализировать ключевые показатели эффективности персонала, по которым возможно оценить труд персонала и формирование системы вознаграждения по ним.

Для этого предстоит решить следующие задачи:

- определить, какие из показателей являются ключевыми показателями эффективности;
- дать определение ключевым показателям эффективности;
- сгруппировать КПЭ по характеру деятельности организации;
- рассмотреть схему вознаграждения персонала по КПЭ.

Для того чтобы оценка труда персонала была достаточно полной и применимой на практике, все ключевые показатели должны быть мотивационными, это означает следующее: сотрудники ясно понимают, что характеризует тот или иной показатель, как он влияет на рост его заработной платы, дополнительные бонусы и развитие организации в целом. В этом большую роль играет обратная связь с персоналом. Без нее оценка эффективности труда персонала потеряла бы всякий смысл в организации.

Ключевые показатели эффективности можно трактовать следующим образом:

- как набор основных показателей, характеризующих достижение целей организации;
- как расставленные фигуры в многопользовательской игре конкурентов, длительность которой соответствует выбранному стратегическому горизонту, а время одного хода — достижению показателями определенных целевых значений;
- как система показателей, с помощью которой работодатели оценивают своих сотрудников. Но эта система имеет следующее отличие – показатели работы каждого отдельного сотрудника привязывают к общим КПЭ всей организации (таким, как прибыль, рентабельность или капитализация).

Проанализировав основные понятия ключевых показателей эффективности, мы можем определить их главную цель. Для персонала она заключается в том, чтобы действия сотрудников из разных служб не были противоречивыми и не тормозили работу специалистов из других

подразделений, а в деятельности организации их цель – занять место удобных и прозрачных индикаторов, предупреждающих о возможных проблемах. Система КРІ помогает разрабатывать инструменты в организации, позволяющие привлечь специалистов с требуемой квалификацией.

Отметим тот факт, что КРІ применимы как для оценки работы всей организации ее отдельных подразделений, так и конкретных работников. С их помощью можно сравнивать показатели по нескольким подразделениям за один и тот же период. Используя данную методику, организация определяет эффективные и неэффективные подразделения (персонал).

Среди важнейших факторов существенным является то, что КРІ могут формироваться, следуя должностным инструкциям и функциональным обязанностям сотрудников (или положениям о структурных подразделениях), а также на основе формализованных бизнес-процессов.

Все созданные и разработанные показатели эффективности должны быть измеримыми, сравнимыми и иметь свое значение в работе организации. Для этого необходимо, чтобы каждый показатель имел свое название, определение, установленный метод для измерения и сравнения и собственно целевой показатель. Необходимо помнить, что КРІ нужны для управления бизнес-процессом и внесения в него изменений. Дополнительно КРІ помогают сфокусировать внимание сотрудников на достижении целей, стоящих перед организацией.

Сложность для многих руководителей организаций при принятии решения об использовании КРІ состоит в том, как работать с КРІ. Первостепенно следует определить конечную цель (для организации), разбить её на задачи (для каждого сотрудника), разработать персональные КРІ (показатели, поддающиеся подсчёту).

Работать с КРІ гораздо легче, если вся работа будет разработана по принципу каскадного метода, начиная от цели и заканчивая КРІ сотрудника (рис.1), при этом цель работы должна быть реальной и между элементами цепи должна существовать обратная связь.

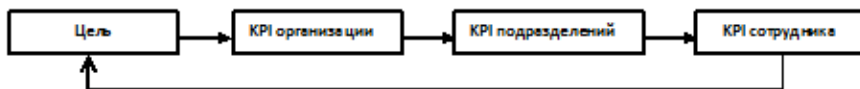


Рис. 1

Таким образом, получается, что КРІ каждого сотрудника устанавливаются исходя из целей организаций и подразделений, и функционируют в одном направлении.

Рассмотрим данную схему на примере сферы торговли. Цель организации является эффективное осуществление розничной продажи

товаров. КРІ для организации - объем реализованного товара за определенный период времени, а для отделов КРІ – количество проданного товара отделом, для сотрудника КРІ – выручка от индивидуальных продаж и выполнение индивидуального плана продаж. Вследствие этого, можно рассчитать коэффициент качества обслуживания клиентов. Данный коэффициент реализуется путем начисления баллов сотрудникам по результатам продаж.

Определив этот коэффициент, можно следить за работой персонала, за его ключевыми показателями каждый день. По результатам будет проведено вознаграждение, повышение или понижение по службе. Таким образом, КРІ помогает руководителям управлять эффективностью, т.е. устанавливать измеримые задачи, мотивировать их достижение, затем оценивать их конечный результат.

Все применяемые КРІ в организации должны быть:

- конкретными,
- измеримыми,
- достижимыми,
- обозначаться временем.

Изучая ключевые показатели эффективности, можно заметить, что эти показатели могут дублироваться или дополняться. При этом дополнение КРІ друг другом не допускается. Если КРІ будут дополнять друг друга, то получится взаимозаменяемость показателей, которая исключается, поскольку дает не достаточно точный результат при оценке эффективности труда персонала. Необходимы сбалансированные показатели для того, чтобы каждый из показателей вносил ясность в работу персонала и организации. В случае если из системы выпадет один показатель, поставленная цель организации не будет достигнута. Для этого нужно выстраивать показатели таким образом, чтобы этого не произошло.

Необходимо затронуть такой важный вопрос, как влияние оценки труда по КРІ на доходы сотрудников. Привязывая ключевые показатели эффективности к заработной плате, следует понимать, что при использовании КРІ заработная плата будет делиться на две части: переменную и основную. КРІ могут быть привязаны только к переменной части, так как процент выполнения критериев будет колебаться из месяца в месяц. Также необходимо определить, какая именно часть заработной платы будет перечислена на переменные выплаты. У различных категорий работников деление заработной платы на переменную и основную части должно быть разным. Например, за основу можно взять соотношение 50/50 и даже 40/60, где первая цифра будет отражать постоянную часть заработка. Такое деление больше будет подходить для сотрудников сбытовых подразделений и будет воспринята адекватно, так как вся их работа связана с продажами. Для других организаций подобное распределение необходимо определять только исходя из специфики деятельности.

Следует отметить, что результатом оценки труда персонала по ключевым показателям эффективности (KPI) является:

- качественная оценка эффективности труда персонала и протекание бизнес-процессов в организации;
- премирование персонала по личным результатам работы;
- выявление лидеров и аутсайдеров в коллективной работе и как следствие принятие взвешенного решения по карьерному перемещению (замещению) сотрудников;
- перевод видения текущей стратегии организации в новую, удобную форму, которая раскрывает стратегию через выбранные цели и показатели.

В практике оценки персонала принято выделять от 3 до 5 KPI. В случае, когда количество KPI большое, это делает систему громоздкой как для тех людей, которые занимаются подсчетом результатов, так и для самого персонала, и может стать вместо мотивирующего «демотивирующим» фактором.

При стопроцентном выполнении показателя коэффициент расчета равен 1, при выполнении 90–99% коэффициент 0,9 при выполнении 101–110 коэффициент 1,1. При этом стоит определить минимально допустимый уровень выполнения KPI. Его может установить организация самостоятельно, в зависимости от количества разработанных ключевых показателей эффективности. К примеру, при выполнении коэффициента менее чем на 50% – коэффициент будет равен 0.

Таким образом, определив количество KPI, организация способна рассчитывать заработную плату, а также возможный бонус для сотрудника (табл. 1).

Таблица 1

Расчет заработной платы по KPI

Процентное распределение заработной платы				
Постоянная часть з/п, %	Переменная часть з/п, %			Итого
	KPI 1	KPI 2	KPI 3	
50	20	20	10	100

В заключении отметим, что значение ключевых показателей эффективности заключается в том, что они выступают в роли оценки труда и одновременно являются стимулом к продуктивной и качественной работе. Производя анализ итоговых результатов деятельности персонала по KPI, рассчитывается не только сумма вознаграждения, но и эффективность труда персонала за отчетный период. Грамотное использование разработанных

KPI для организации может служить хорошим мотиватором как для коллектива, так и для отдельно взятого человека. Следовательно, использование данных показателей эффективности в работе персонала – способ помочь сотрудникам добиваться поставленных целей, а не попытка убеждения их в том, что они плохие работники.

Список использованной литературы:

1. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию. 2-е изд., испр. и доп. Каплан Роберт Нортон Дейвид, М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2008. — 320 с.
2. *Вихров А.А., Лекомцев П.А.* Интеграция систем KPI/BSC и бюджетирования в единый инструмент управления //Управления компанией. 2005 . - №10(53). – С. 15.
3. *Машковцев С.В., Бедило М.М.* KPI для поддерживающих подразделений // Справочник кадровика. - 2009. - №5. – С. 129-131.
4. *Кубатиева Ф. Б.* KPI - каждому по способностям // Кадровая служба и управление персоналом предприятия. - 2010. - №2. – С.11.
5. *Садковская Н. Е.* Экономия ресурсов организации в процессе развития управленческих решений // Научоемкие технологии в приборо- и машиностроении и развитие инновационной деятельности в вузе: Материалы Всерос. научн.-технич. конф.-М.,2010г., т.3 – 72-74.

© М.С. Фомина, Н.Е. Садковская, 2013

УДК 519.86

И.И. Хажеев,

студент 3 курса института математики, экономики и информатики,
Иркутский государственный университет,
г. Иркутск, Российская Федерация

В.И. Зоркальцев,

д.т.н., проф., зав. лаб. ИСЭМ СО РАН,
Институт систем энергетики им. Л.А. Мелентьева СО РАН,
г. Иркутск, Российская Федерация

СПЕКТРАЛЬНЫЙ АНАЛИЗ МНОГОЛЕТНИХ КОЛЕБАНИЙ ТЕМПЕРАТУР

Введение

Проблеме изменения климата уделяется большое внимание в связи с наблюдавшимся с 70-х годов глобальным потеплением. Выделяют следующие периоды: устойчивая флуктуация относительно средних

температур – до 1975 г., резкий рост (потепление) в большинстве районов - 1975-1990 гг., 1990-2012 гг. – период теплого климата с повышенной амплитудой колебаний [1, с. 9].

В связи со значительной изменчивостью температур отопительного периода актуальной является задача исследование потребностей в топливе для различных населенных пунктов отдельного региона (например, для Иркутской области). Особенностью выбранного региона является сочетание северных районов с холодными зимами, южных и прибайкальских территорий.

В работе рассматривается такой показатель, как интенсивность колебаний потребности в топливе. При подсчете этого показателя используется методика, предложенная В.И. Зоркальцевым [2, с. 9]. Для определения фактора, оказывающего наибольший вклад в результирующий признак, была предложена методика подсчета факторных (синхронных, полусинхронных и асинхронных) колебаний и их вклад в потребность в топливе.

Расход топлива в зависимости от температурного режима

Решением задачи регулирования неравномерности топливопотребления на основе анализа многолетних температурных данных занимались Л.С. Хрилев, Ю.Я. Мазура, А.С. Некрасов, М.А. Великанов [3-4, с. 9]. Расход топлива на отопление (F^C - fuel consumption) можно вычислить по формуле [5, с. 9]:

$$F^C = Q \cdot q_{усл}, \quad (1)$$

где $q_{усл}$ - удельный расход топлива (кг/Гкал), Q - величина теплопотерь через наружные ограждения:

$$Q = (1 + \mu) q_0 V (\hat{t} - t) \quad (2)$$

μ - коэффициент инфильтрации,

q_0 - удельная величина теплопотерь на единицу объема, $\frac{Дж / ч}{м^3}$

V - объем помещения, $м^3$,

\hat{t} - нормативная температура воздуха в отапливаемых помещениях, $^{\circ}C$,

t - среднесуточная температура атмосферного воздуха, $^{\circ}C$.

Ввиду линейной зависимости расхода топлива от разности температур в дальнейшем в качестве показателя, характеризующего расход топлива, рассматривается интегральная разность температур B_r^r [3, с. 9]:

$$B_r^\tau = \sum_{\tau=1}^{L_r^\tau} (\hat{t} - t_\tau), \quad \tau = \overline{1, T^r} \quad (3)$$

где T^r – объем выборки, продолжительность периода наблюдения, лет,
 r – номер рассматриваемого района, $r = \overline{1, m}$.

Кроме интегральной разности (B_r^τ), к показателям, характеризующих температурный режим, можно отнести продолжительность (L_r^τ) и средняя разность температур внутри и вне здания N_r^τ за отопительный период.

$$N_r^\tau = \frac{1}{L_r^\tau} \sum_{\tau=1}^{L_r^\tau} (\hat{t} - t_\tau), \quad \tau = \overline{1, T^r} \quad (4)$$

Относительно продолжительности отопительного периода, условно полагаем, что, если температура воздуха падает ниже 8°C на протяжении 3-5 суток на территории рассматриваемого района, то условно полагаем, что отопительный период наступает. И если же температура воздуха поднимается выше 8°C на протяжении 3-5 суток, то отопительный период заканчивается [4, с. 9].

Интегральная разность температур представляет собой произведение продолжительности отопительного периода и средней разности температур внутри и вне здания.

$$B_r^\tau = L_r^\tau \cdot N_r^\tau, \quad \tau = \overline{1, T^r} \quad (5)$$

В табл. 1 представлены усредненные температурные показатели по Иркутской области за период 1900-2012 гг. [6, с. 9].

Таблица 1
 Средние климатические показатели по Иркутской области, 1900-2012 гг.

Название города / населенного пункта	\bar{L} , дни			Средние за отопительный период температуры, $^\circ\text{C}$			Сроки наблюдения	Т, лет
	за Т	до 1975г.	после 1975г.	за Т	до 1975г.	после 1975г.		
Ербогачен	26	263	261	-15,1	-15,3	-14,8	1905-2012	107
Бодайбо	25	254	252	-14,1	-14,5	-13,7	1939-2012	73

Тулун	2 4 1	243	239	-9,0	-9,5	-8,4	1936- 2012	7 6
Иркутск	2 3 5	238	229	-8,6	-9,1	-7,4	1900- 2012	1 1 2
Тайшет	2 4 6	247	244	-7,5	-8,1	-6,8	1929- 2012	8 3
Большое Голоустное	2 4 4	247	241	-6,9	-7,2	-6,7	1939- 2012	7 3

Результаты расчета показателей \overline{B} , \overline{L} , \overline{N} в табл. 1, как и во всех последующих таблицах, упорядочены по мере убывания средней интегральной разности температур. Известно, что с 1975 г. наблюдается потепление климата. Это и подтверждается данными табл.1 .

Методика индексобразования

Важной характеристикой возможных отклонений потребности в топливе на отопление является диапазон колебаний – интервал, в пределах которого может изменяться дополнительная потребность в топливе в процентах от среднеожидаемой зимы. Рассмотрим показатели [3, с. 9]:

- максимальное относительное отклонение потребности в топливе:

$$\delta_{\max} = \max(b_{\tau} - 1), \text{ где } b_{\tau} = \frac{B^{\tau}}{B}, \tau = \overline{1, T^r} \quad (6)$$

- минимальное относительное отклонение потребности в топливе:

$$\delta_{\min} = \min(b_{\tau} - 1), \text{ где } b_{\tau} = \frac{B^{\tau}}{B}, \tau = \overline{1, T^r} \quad (7)$$

- диапазон отклонений: $\delta = \delta_{\max} - \delta_{\min}$ (8)

Введем показатель -интенсивность колебаний, для его нахождения используем следующий алгоритм:

1. При построения индекса используются средние геометрические:

$$\overline{B} = \left(\prod_{\tau=1}^{T^r} B^{\tau} \right)^{\frac{1}{T^r}}, \quad \overline{L} = \left(\prod_{\tau=1}^{T^r} L^{\tau} \right)^{\frac{1}{T^r}}, \quad \overline{N} = \left(\prod_{\tau=1}^{T^r} N^{\tau} \right)^{\frac{1}{T^r}} \quad (9)$$

Средние показатели были не случайно выбраны как средние геометрические. Основное требование к средним показателям – это

выполнение условия (5), т.е. $\overline{L} \cdot \overline{N} = \overline{B}$. Это возможно лишь при использовании средних геометрических:

$$\overline{L} \cdot \overline{N} = \left(\prod_{\tau=1}^{T^r} L^\tau \right)^{\frac{1}{T^r}} \cdot \left(\prod_{\tau=1}^{T^r} N^\tau \right)^{\frac{1}{T^r}} = \left(\prod_{\tau=1}^{T^r} B^\tau \right)^{\frac{1}{T^r}} = \overline{B} \quad (10)$$

2. В связи с возможной потерей точности при вычислении усредненных показателей по формулам (9) переходим к логарифмической шкале:

$$b_\tau = \ln \left(\frac{B^\tau}{B} \right), \quad l_\tau = \ln \left(\frac{L^\tau}{L} \right), \quad n_\tau = \ln \left(\frac{N^\tau}{N} \right) \quad (11)$$

3. Находим показатель средней интенсивности колебания:

$$I_b = \exp \left(\frac{1}{T} \sum_{\tau=1}^{T^r} |b_\tau| \right), \quad I_l = \exp \left(\frac{1}{T} \sum_{\tau=1}^{T^r} |l_\tau| \right), \quad I_n = \exp \left(\frac{1}{T} \sum_{\tau=1}^{T^r} |n_\tau| \right) \quad (12)$$

Мера изменчивости потребности в топливе характеризуется интенсивностью колебаний. Интенсивность колебаний потребности в топливе на отопление показывает, насколько в среднем может отклоняться потребность в топливе от среднеождаемого уровня.

4. Тогда средняя интенсивность отклонений:

$$\overline{I}_b = (I_b - 1) \cdot 100\%, \quad \overline{I}_l = (I_l - 1) \cdot 100\%, \quad \overline{I}_n = (I_n - 1) \cdot 100\% \quad (13)$$

Таблица 2

Относительные показатели, диапазон и интенсивность колебаний расхода топлива на отопление по Иркутской области, 1900-2010 гг.

Название города/ насел. пункта	$\delta_{\min}, \%$	$\delta_{\max}, \%$	$\delta, \%$	$\overline{I}_b, \%$, (до 1975 г)	$\overline{I}_b, \%$, (1975-1990 г)	$\overline{I}_b, \%$, (1990-2012 г)
Ербогачен	-12,19	17,72	29,91	4,44	4,38	3,93
Бодайбо	-12,88	13,9	26,78	3,16	3,08	3,05
Тулун	-15,25	16,97	32,22	3,63	4,27	3,35
Иркутск	-17,22	16,25	33,47	3,56	4,74	3,78
Тайшет	-16,80	20,13	36,92	3,79	4,47	3,96
Большое Голоустное	-13,32	13,98	27,30	3,46	3,79	2,68

Для выявления надежности предложенной методики (интенсивность колебаний) рассмотрим функцию обеспеченности. Эта функция характеризует вероятность превышения потребностью заданного значения, под которым понимается объём располагаемых ресурсов для данного года. Обозначим его за γ . Функция обеспеченности определяется по формуле: $Q(\gamma) = 1 - F(\gamma)$, где $F(\gamma)$ - функция распределения случайной величины потребности.

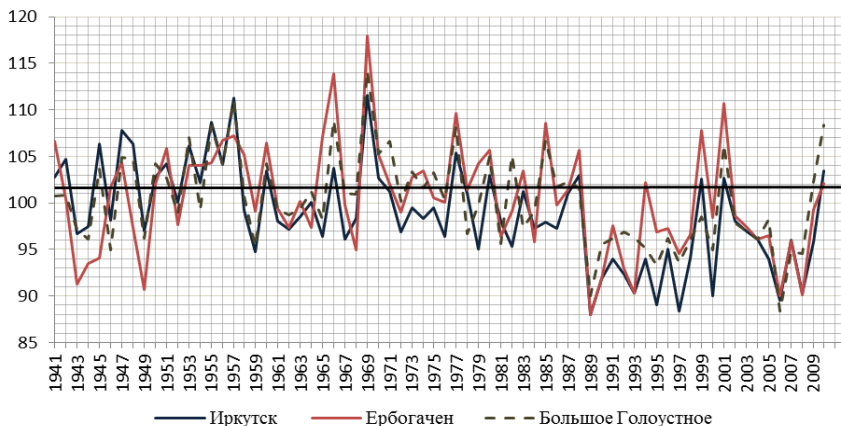


Рис. 1. График отклонений интегральной разности температур, в % от нормы, г. Иркутск, с.Большое Голоустрое, г. Ербогачен

На основании отклонений потребности в топливе по г.Иркутск, строим функцию плотности случайной величины потребности в топливе:

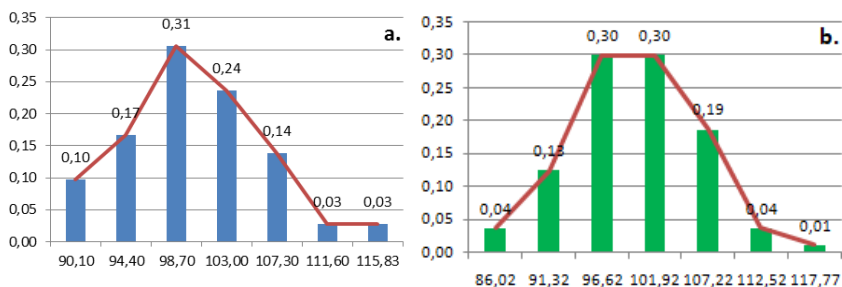


Рис. 2. Функция плотности случайной величины потребности в топливе, г. Иркутск (а.), г Тайшет (б.)

Для простоты используется линейная интерполяция. При формировании теоретического распределения можно использовать гамма- или другие распределения.

Графики функций распределения и обеспеченности представлены на рис. 3

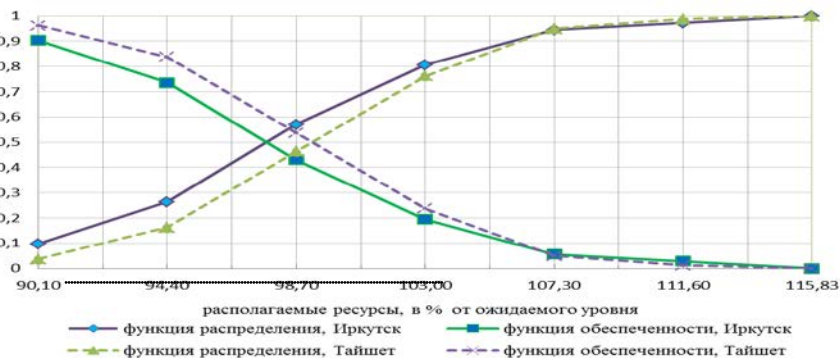


Рис.3. Функция распределения случайной величины потребности в топливе и кривая обеспеченности, г.Иркутск

На основе кривых (рис.3) можно оценить вероятность дефицита топлива.

Синхронность, полусинхронность и асинхронность отклонений

Рассмотрим вклад факторных (синхронных, полусинхронных и асинхронных) колебаний средней разности температур и продолжительности отопительного периода, характеризующих потребность в топливе.

Введем функцию от относительных отклонений:

$$\mu(\alpha) = \begin{cases} -1, & \alpha < -\varepsilon, \\ 0, & \alpha \in [-\varepsilon, \varepsilon], \\ 1, & \alpha > \varepsilon, \end{cases}$$

где ε -погрешность, связанная с неточностью измерения и с некоторой случайностью самой величины —интенсивность колебаний. Пусть:

$$K_L = \{t : \mu(l_t) \cdot \mu(b_t) > 0\},$$

$$K_N = \{t : \mu(n_t) \cdot \mu(b_t) > 0\},$$

$$\overline{K}_L = \{t : \mu(l_t) \cdot \mu(b_t) = 0\},$$

$$\overline{K}_N = \{t : \mu(n_t) \cdot \mu(b_t) = 0\},$$

$$\underline{K}_L = \{t : \mu(l_t) \cdot \mu(b_t) < 0\},$$

$$\underline{K}_N = \{t : \mu(n_t) \cdot \mu(b_t) < 0\},$$

где K_L, K_N – множество номеров отопительных периодов, когда продолжительность и средняя разность температур отклоняются синхронно (одновременно с интегральной разностью температур); $\overline{K}_L, \overline{K}_N$ – множество номеров отопительных периодов, когда продолжительность и средняя разность температур отклоняются полусинхронно; $\underline{K}_L, \underline{K}_N$ – множество номеров отопительных периодов, когда продолжительность и средняя разность температур отклоняются асинхронно.

Индексы синхронных (S), полусинхронных (M) и асинхронных (A) колебаний будут иметь вид [7]:

$$I_L^S = \exp\left(\frac{1}{T} \sum_{\tau \in K_L} |l_\tau|\right), \quad I_L^M = \exp\left(\frac{1}{T} \sum_{\tau \in \overline{K}_L} |l_\tau|\right), \quad I_L^A = \exp\left(\frac{1}{T} \sum_{\tau \in \underline{K}_L} |l_\tau|\right) \quad (15)$$

$$I_N^S = \exp\left(\frac{1}{T} \sum_{\tau \in K_N} |n_\tau|\right), \quad I_N^M = \exp\left(\frac{1}{T} \sum_{\tau \in \overline{K}_N} |n_\tau|\right), \quad I_N^A = \exp\left(\frac{1}{T} \sum_{\tau \in \underline{K}_N} |n_\tau|\right) \quad (16)$$

Таблица 3

Разложение интенсивности колебаний продолжительности отопительного периода и средней разности температур по факторам (синхронные, полусинхронные и асинхронные колебания) при $\varepsilon=0$

Название города, населенного пункта	Разложение интенсивности колебаний продолжительности отопительного периода на синхронные и асинхронные колебания		Разложение интенсивности колебаний средней разности температур на синхронные и асинхронные колебания	
Ербогачен	1,27	0,75	4,35	0,22
Бодайбо	1,14	0,74	3,88	0,22
Тулун	1,64	0,38	3,49	0,23
Иркутск	2,06	0,51	4,29	0,27
Тайшет	1,50	0,80	4,62	0,31
Большое Голоустное	1,69	0,49	3,18	0,19

Как ожидалось, синхронные колебания оказывают существенный вклад как при формировании продолжительности отопительного периода, так и при формировании средней разности температур, асинхронные колебания оказывают меньшее влияние.

Исследование вклада факторных колебаний в потребность в топливе

Потребность в топливе:

$$I_b = \frac{(I_L^S \cdot I_L^M) \cdot (I_N^S \cdot I_N^M)}{(I_L^A \cdot I_L^M) \cdot (I_N^A \cdot I_N^M)} = \exp \left(\left(\frac{1}{T} \sum_{\tau \in K_L} |l_i| \right) + \left(\frac{1}{T} \sum_{\tau \in K_N} |n_i| \right) - \left(\frac{1}{T} \sum_{\tau \in K_L} |l_i| \right) - \left(\frac{1}{T} \sum_{\tau \in K_N} |n_i| \right) \right) \quad (17)$$

Вклад факторных колебаний в потребность в топливе можно определить в виде:

$$\delta_L^S = \frac{\ln(I_L^S \cdot I_L^M)}{\ln(I_b)}, \quad \delta_N^S = \frac{\ln(I_N^S \cdot I_N^M)}{\ln(I_b)}, \quad \delta^S = \delta_L^S + \delta_N^S \quad (18)$$

$$\delta_L^A = \frac{\ln(I_L^A \cdot I_L^M)}{\ln(I_b)}, \quad \delta_N^A = \frac{\ln(I_N^A \cdot I_N^M)}{\ln(I_b)}, \quad \delta^A = \delta_L^A + \delta_N^A \quad (19)$$

Одним из способов регулирования колебания топливопотребления является вторичное распределение ресурсов топлива в ситуациях, когда в одних районах потребности ниже, а в других – выше ожидаемого уровня.

Вычислим показатель синхронности отклонений в топливе на отопление по парам районов [5]:

$$S_{ij} = \frac{1}{T_{ij}} \sum_{\tau=1}^{T_r} \mu(b_i^{\tau} \cdot b_j^{\tau}), \quad \text{где } T_{ij} = \sum_{\tau=1}^{T_r} \max \{ \mu(b_i^{\tau}), \mu(b_j^{\tau}) \}, \quad i, j \in \overline{m}, T_r \quad (20)$$

$\mu(\alpha)$ - функция вида (14), T_{ij} - множество номеров отопительного периода, когда абсолютная величина отклонений потребности в топливе на отопление превышает погрешность ϵ .

Список использованной литературы:

1. Оценочный доклад об изменениях климата и их последствиях на территории Российской Федерации. Общее резюме / Бедрицкий А.И., Блинов В.Г., Гершинова Д.А. и др. – М.: Росгидрометеиздат, 2008. -28 с.
2. Зоркальцев В.И. Анализ колебаний потребности в топливе на отопление по экономическим районам СССР на основе многолетних наблюдений температур. // Методы оптимизации и их приложения: труды XII Байкальской Международной конференции. - Иркутск, 2001.– С.143–157.
3. Некрасов А.С., Великанов М.А. Многолетнее регулирование расходов топлива на отопление и вентиляцию // Достижения и перспективы. Сер. энергетика – 1986. -№ 46 – С. 85-98.
4. Хрилев Л.С. О влиянии климатического фактора на перспективную структуру топливно-энергетического баланса. // Теплоэнергетика. - 1966. - № 2. –С.16-26.
5. Соколов Е.Я. Теплофикация и тепловые сети. - М.: МЭИ, 2001. - 472 с.
6. Российский гидрометеорологический портал. URL: <http://meteo.ru/>.

© И.И. Хажеев, В.И. Зоркальцев, 2013

А.Х. Христова,
студентка 2 курса социально-экономического факультета
Научный руководитель: **И.В Иконникова,**
доцент, к.э.н.,
КФ МГТУ им. Н.Э. Баумана,
г. Калуга, Российская Федерация

МЕТОДЫ НЕМАТЕРИАЛЬНОГО СТИМУЛИРОВАНИЯ ПЕРСОНАЛА

Для того, чтобы интересы персонала совпадали с интересами руководства предприятия, следует разработать и внедрить систему мотивации персонала. Мотивация – это процесс побуждения себя или окружающих к деятельности для достижения личных целей или целей организации. Система мотиваций основывается на ключевых параметрах деятельности, исходя из реальных условий, возможностей и специфики предприятия. Материальное стимулирование на сотрудников действует, но недолго. Как правило, люди ищут стабильности, спокойствия и возможности творческой реализации. При этом у конкретного предприятия не может быть стандартного пакета стимулов, стимулирование должно быть адресным, ориентированным на конкретного работника. Система нематериальной мотивации должна быть тесно увязана с материальным стимулированием.

Психологи, наблюдая за людьми, определили, что потребности служат мотивом к действию. Когда потребность ощущается человеком, она пробуждает в нем состояние устремленности. Побуждение – это ощущение недостатка в чем-либо, имеющее определенную направленность. Оно является поведенческим проявлением потребности и сконцентрировано на достижении цели. Цели в этом смысле – это нечто, что осознается как средство удовлетворения потребности. Когда человек достигает такой цели, его потребность оказывается удовлетворенной, частично удовлетворенной или неудовлетворенной. Поскольку потребности вызывают у человека стремление к их удовлетворению, то менеджеры должны создавать такие ситуации, которые позволяли бы людям чувствовать, что они могут удовлетворить свои потребности посредством типа поведения, приводящего к достижению целей организации.

Таким образом, например, создание рабочих мест с более сложными задачами и большей ответственностью имеет положительный мотивационный эффект для многих рабочих, но отнюдь не для всех. Руководитель должен всегда иметь в виду элемент случайности, для мотивации нет какого-то одного лучшего способа. То, что оказывается эффективным для мотивации одних людей, оказывается совершенно неважным для других. Кроме того, организации по своей природе

усложняют практическую реализацию теорий мотивации, ориентированных на отдельных индивидов. Взаимозависимость работ, недостаток информации о результатах работы отдельных людей, частые перемены в служебных обязанностях из-за совершенствования технологии – все это усугубляет сложность мотивации. Таким образом более эффективное побуждение к мотивации произойдет при разработке мер и методов мотивации применительно к каждой отдельной группе сотрудников.

Для рабочих мы выделили следующие:

- право прямого обращения к начальству;
- торжественные награждения победителей (лучших рабочих, победителей спортивных соревнований);
- экскурсии и поездки для рабочих и их семей;
- оплата проезда в общественном транспорте;
- помощь в трудоустройстве супруга(и);
- изменение продолжительности рабочего дня и отпуска

Для специалистов можно предоставить следующие возможности:

- право выполнять работу на дому и обеспечение условий для этого;
- непрофессиональное обучение (тренинги общения, личностного роста, иностранный язык, вождение);
- возможность звонить по междугородной, мобильной и международной связи (личные звонки);
- право семейной занятости;
- конкурс «Лучший работник компании»;
- особая обстановка (мебель, освещение, цветы);
- возможность учиться и работать;
- оплата обучения (этот пункт особенно важен для молодых специалистов, имеющих средне специальное образование и желающих получить высшее);
- неограниченный доступ в Интернет.

Для руководителей такими методами могут быть:

- значимое название должности и соответствующие аксессуары (кабинет, визитки);
- использование служебного автомобиля;
- именные канцелярские принадлежности;

Грамотная организованная система мотивационных процессов на предприятии – это не только высокая эффективность производства, но и всесторонняя защищенность человека, благоприятный морально-психологический климат, комфортные условия труда, широкие возможности для самореализации личности. В конечном счете – это высокое качество жизни, что полностью совпадает с главными устремлениями человека. Систему мотивации персонала нельзя назвать эффективной, если она основана только на действии материальных факторов (таких как зарплата, премии, бонусы) и не включает нематериальные стимулы. Ведь повышение

зарплаты рано или поздно перестает давать отдачу, на которую рассчитывает руководитель. Более того, неоправданно высокая зарплата начинает оказывать демотивирующее воздействие: зачем работать хорошо, когда можно работать плохо и зарабатывать не меньше? Человек перестает трудиться эффективно и начинает держаться за место любыми средствами, часто – во вред деятельности предприятия.

В то же время хотелось бы отметить, применение методов нематериального и организационного стимулирования, даже в совокупности с адекватным материальным стимулированием, не может до бесконечности способствовать повышению производительности труда работников в силу ограниченности человеческих возможностей. Мотивацию персонала следует дополнять мерами по интенсификации производства – механизацией и автоматизацией производственных процессов, внедрением передовых технологий, содействием развитию рационализаторской и изобретательской деятельности среди работников, внедрением всех принципов научной организации труда. Все это будет способствовать повышению эффективности труда.

Необходимо отметить некоторые российские особенности поведения персонала в организациях и осознания своей роли в ней.

1. Многие ценные работники в России считают нормальным работать преимущественно из соображений самореализации, значимости их труда и т. п., отодвигая на второе место материальный фактор. С такими людьми мы сталкиваемся постоянно, например, в среде учителей, врачей, ученых и специалистов других профессий интеллектуальной и творческой сферы. Исторически сложилось уважительное отношение к идейной составляющей труда и на производственных предприятиях. Этот факт подчеркивает значение нематериального стимулирования в России и предполагает обязательный индивидуальный подход к сотрудникам при разработке и внедрении системы нематериального стимулирования.

2. В нашей культуре традиционно большое значение имеет неформальное общение, дружба между коллегами. Особо восприимчивы к разным аспектам взаимоотношений на предприятии женщины. Они в большей степени учитывают эмоциональный климат, поэтому при работе с женским коллективом нематериальному стимулированию следует уделять особое внимание. Как правило, крупные награды, редко кому достающиеся, вызывают зависть, а небольшие и частые – удовлетворение. Люди склонны к сравнительной оценке своих достижений не по абсолютным показателям, а преимущественно путем сравнения с результатами других. Поэтому без серьезных оснований не следует постоянно выделять кого-либо из сотрудников, иной раз этого не следует делать ради сохранения коллектива, даже если он того и заслуживает.

К числу других вопросов современной организации и мотивации труда относятся факторы, определяющие комфортность морально-психологического климата: уровень сотрудничества в коллективе;

лояльность и корпоративная гордость за свою организацию; вопросы дисциплины; признание заслуг; справедливое отношение; чувство личного участия в успехе фирмы.

Для российских предприятий проблема нематериального стимулирования персонала актуальна вдвойне, поскольку нам часто приходится действовать в условиях ограниченных материальных ресурсов, преодолевать очередной кризис или параллельно решать более важные вопросы выживания компании. Нематериальное стимулирование в России имеет свои нюансы. Так, у нас в стране встречаются успешные компании, которые не применяют методы нематериальной стимуляции персонала. Как правило, это происходит в фирмах, чья продукция пользуется активным спросом. Но как только предприятие вступит в жесткую конкурентную борьбу, при прочих равных условиях участие компании, отказавшейся от нематериальной стимуляции, по сравнению с предприятием, на котором она есть, будет незавидной.

Высокой заработной платой на сегодняшний момент уже никого не является главным способом стимулирования: материальный вопрос — достаточно весомый аргумент, но не единственный. Крупные компании, флагманы отечественного и зарубежного бизнеса, активно внедряют и используют системы нематериальной мотивации. Эффективность этого метода стимулирования доказана не только практическим опытом, но имеет под собой обширную теоретическую базу, в которой руководитель любого уровня и предприятия сможет найти оптимальный вариант для себя. Другими словами, систему нематериальной стимуляции нужно рассматривать как одно из конкурентных преимуществ компании (наравне с удачным географическим положением, высокой квалификацией работников или использованием передовых технологий).

© А.Х. Христова, 2013

УДК 334.723:37

Е.А. Цыремпилова,

аспирант Восточно-Сибирского государственного университета
технологий и управления,
г. Улан-Удэ, Российская Федерация

ЧАСТНО-ГОСУДАРСТВЕННОЕ ПАРТНЕРСТВО КАК ОДНА ИЗ ФОРМ РЕАЛИЗАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ В ОБЛАСТИ ОБРАЗОВАНИЯ

Частно-государственное партнерство (ЧГП) – новый для России механизм соинвестирования проектов. Мировой опыт показывает, что такая форма партнерства является одним из способов эффективной реализации

экономических и социальных проектов в разных сферах жизни. Последние пятнадцать лет для большинства государств явились периодом борьбы за эффективность экономического развития и повышения уровня конкурентоспособности через развитие ключевых элементов национальной инфраструктуры. В результате этого произошло усиление интереса к частным предприятиям со стороны государства с точки зрения использования их потенциала для финансирования, создания и реализации специальных проектов, направленных на развитие инфраструктуры. Ранее плохо развитое и немногочисленное ЧГП теперь превратилось в инструмент усиления экономической конкурентоспособности и развития услуг инфраструктуры [1].

Особенно очевидным значение ЧГП, по мнению В.С. Баженовой, становится при анализе деятельности российских регионов, где власть зачастую не располагает достаточными средствами для реализации перспективных, социально-значимых проектов в различных сферах деятельности и, следовательно, нуждается во внешних партнерах. Именно поэтому исследование ЧГП как одной из наиболее эффективного форм взаимодействия государства и бизнеса, позволяющей решать стратегические социальные и экономические задачи развития региона, представляется крайне актуальным в современных условиях [2, 3].

Поскольку ЧГП – явление для нашей страны достаточно новое (первые упоминания относятся к 2005 году), нет единого мнения среди специалистов о трактовке данного понятия, и нет нормативно-правовой базы для закрепления юридического статуса ЧГП.

Относительно определения ЧГП, на сегодня существуют несколько подходов. Организация объединенных наций определяет цель создания ЧГП как обеспечение финансирования, планирования, исполнения и эксплуатации объектов, производств и предоставления услуг государственного сектора [4].

Паздников М. склонен рассматривать ЧГП как некий локализованный инструмент рыночной экономики, где государство и бизнес это в первую очередь партнеры. Причем партнеры равноправные [5].

ЧГП – как привлечение частного сектора для более эффективного и качественного выполнения задач, относящихся к публичному сектору на условиях компенсации затрат, разделения рисков, обязательств, компетенций – трактуется Баженовым А. [6].

Западные ученые представляют ЧГП как взаимоотношение, возникающее между государственным и частным секторами в целях распределения рисков и выгод от осуществления какого-либо предприятия [7].

С нашей точки зрения частно-государственное партнерство – есть взаимовыгодное сотрудничество государства и частного сектора, будь то бизнес любого уровня или физические лица, для минимизации рисков и

максимизации положительного эффекта от сотрудничества. Естественно, если речь идет о бизнесе, в первую очередь имеется в виду получение прибыли, хотя возможны и другие варианты (льготное налогообложение, кредитование, приоритетная участие в государственных тендерах и конкурсах и т.п.). Государство, в свою очередь, приобретает дополнительные источники финансирования, рациональное использование средств в рамках целевого удовлетворения потребностей экономического развития.

Опыт таких стран, как Великобритания, Австралия, США, Израиль, Испания, Нидерланды доказывает, что одним из условий успешной реализации ЧГП является эффективная нормативно-правовая база. Она не должна быть сковывающей, а позволяющей сторонам сосредоточиться на результате посредством учреждения достаточно широких рамок для формирования и реализации согласованных проектов. Слишком объемное законодательство не улучшает процесс создания и управления ЧГП, а лишь сдерживает активность потенциальных инвесторов. Акцент должен быть сделан на гибкость нормативно-правовой базы [8].

Частно-государственное партнерство в сфере образования можно представить как взаимодействие государственных образовательных учреждений и структур бизнеса на основе взаимных интересов для достижения общих целей. Также можно сказать, что это партнерство представляет собой альянс между государством и бизнесом в целях реализации образовательных проектов на основе законодательных актов и специальных соглашений.

Бизнес сегодня призван и активно способствует развитию социальных инвестиций в области образования. Основным содержанием социальной ответственности компаний на современном этапе является взаимодействие с образовательными учреждениями, их структурными подразделениями, учебными и научными коллективами, расширение присутствия компаний, как в самом образовательном процессе, так и в управляющих органах, включая наблюдательные, попечительские и иные виды советов. Причем, если раньше частный сектор ограничивался лишь благотворительной помощью, спонсорством или просто пожертвованиями, то сегодня он ориентирован на активное участие в жизни учебного заведения, его развитие, совершенствование материальной базы, вовлечение за свой счет уникальных специалистов в систему подготовки кадров, привлечение своих специалистов в процесс модернизации учебных заведений на территории своего присутствия, привлечение средств других благотворителей, а также бюджетов различных уровней для реализации совместных образовательных проектов в рамках и на основе ЧГП. Характерным примером является создание корпоративных университетов как в самих компаниях, так и в рамках высшего учебного заведения.

Основными видами социальных инвестиций в сферу образования могут быть следующие:

- финансовые инвестиции в виде пожертвований, фонды развития и иные фонды, предназначенные для развития учебного заведения,
- грантовые образовательные программы;
- прямые социальные инвестиции, направленные на совершенствование или изменение рынка труда в целом или на территории своего присутствия;
- развитие совместных проектов на основе софинансирования и взаимной выгоды;
- лоббирование интересов учебного заведения, проведение совместных акций и мероприятий;
- безвозмездное предоставление товаров и услуг учебному заведению.

Важным направлением является создание и развитие институтов общественного участия как механизма реализации ГЧП в области образования. К таким институтам относятся наблюдательные, попечительские, общественные, управляющие и иные виды советов, создаваемые в учебных заведениях. Эти институты позволяют подключать к развитию системы образования, материальной, интеллектуальной и научной базы учебного заведения как представителей самого учебного заведения, так и представителей государства, частного бизнеса, науки, широкой общественности, обучаемых и других. Своим участием каждый представитель призван вносить свой вклад в развитие учебного заведения. Это может быть привлечение финансирования, разработка стратегии, предоставление грантов на обучение, помощь в трудоустройстве выпускников, лоббирование интересов в органах власти, доведение информации об учебном заведении до общественности и средств массовой информации и другие формы участия.

Как правило, таким институтам (советам) предоставляются широкие полномочия. Это придает большое значение вопросу об их составе. В число участников входят (или могут входить) члены правительства, депутаты различного уровня, руководители федеральных, региональных и муниципальных органов власти и управления, главы администраций субъектов Российской Федерации, представители деловых кругов, общественные деятели, руководители предприятий (в том числе государственных компаний и корпораций), руководители благотворительных фондов.

Другим важным направлением ЧГП в области образования является развитие взаимодействия государства, бизнеса, общественных организаций и образовательных учреждений в разработке и совершенствовании содержания образовательных программ, стандартов, разработке и реализации программ повышения квалификации для профессорско-преподавательского состава и работников компании.

Перспективным направлением взаимодействия является совместное формулирование тем курсовых и дипломных проектов с ориентацией на конкретных заказчиков из числа потенциальных работодателей из государственного или частного сектора.

Современным и перспективным направлением ЧГП являются гранты и грантовые программы в виде безвозмездного финансирования конкретных направлений деятельности: академических курсов и программ, мероприятий и исследований, научной деятельности, проектов, стипендиальных программ и др. Очень активную деятельность проводят в этом направлении благотворительные фонды. Это повышает доступность образования, способствует его модернизации, предоставляет новые возможности для соискателей.

Другим все более и более развивающимся направлением ЧГП является создание ассоциаций выпускников – общественных организаций, являющихся добровольными общественными самоуправляемыми организациями. Выпускники в рамках таких организаций содействуют налаживанию деловых и профессиональных контактов, инициируют совместные проекты, организуют взаимодействие с администрацией и студентами учебного заведения, проводят совместные мероприятия, способствуют трудоустройству и помогают друг другу в поиске работы. Члены ассоциаций выпускников активно участвуют в совершенствовании содержания образовательного процесса. Следует заметить, что это направление становится все более и более востребованным и распространенным. Даже абитуриенты при выборе учебного заведения обращают внимание на наличие ассоциации выпускников и интересуются вопросами трудоустройства при его окончании. Очень часто эти ассоциации становятся инициаторами создания попечительских советов, а в дальнейшем принимают активное участие в их деятельности.

Ассоциации выпускников как механизм ЧГП являются одним из самых перспективных направлений взаимодействия государства, учебного заведения, общественных и частных структур. Однако пока этот механизм не получил должного распространения в нашей стране, имея тем не менее большой потенциал [9].

Согласно п. 3 ст. 87 закона «Об образовании РФ» формами ЧГП в сфере образования могут быть концессионные соглашения о строительстве, эксплуатации объектов образовательной деятельности и управление ими; передача в доверительное управление управляющим компаниям государственного и муниципального имущества, относящегося к объектам образовательной деятельности; взаимное представление в пользование имущества, в том числе на безвозмездной основе; совместная деятельность на основе договора.

Представленные механизмы реализации ЧГП в сфере образования позволяют выделить наиболее эффективные формы взаимодействия:

- экономический механизм финансирования заказа на основе нормативов подушевого финансирования, кредитов, грантов, субсидий, фондов, налоговых льгот;

- инвестиционный механизм на основе концессий на ремонт, строительство;

- пенсионный механизм на основе создания негосударственных (отраслевых) пенсионных и паевых фондов работников образования;

- механизм страхования имущества автономных образовательных организаций, а также жизни и накоплений;

- механизм обновления имущества, основных фондов, инструмента образовательных организаций на основе договоров безвозмездного пользования, которые защищают права собственника;

- механизм аутсорсинга, консалтинга, маркетинга, аудита непрофильной деятельности образовательных организаций [10].

Анализ законодательства в области ЧГП, в том числе в сфере образования, включая финансовые механизмы регулирования этой деятельности, показывает его несовершенство и несоответствие общепринятым зарубежным инструментам, доказавшим свою эффективность. Основными проблемами этого законодательства являются:

- общий характер законодательных актов;

- неопределенность формулировок и базовых понятий;

- противоречивость некоторых законодательных актов;

- отсутствие механизмов реализации законов и иных законодательных актов.

Давно назревшей является проблема оптимизации налогообложения частных компаний и благотворительных организаций, принимающих участие в проектах ЧГП и жертвующих значительные суммы для их реализации.

Поскольку основными целями реализации механизма ЧГП являются: 1) максимизация экономического эффекта; 2) уменьшение государственного долга или забалансового финансирования; 3) модернизация инфраструктуры [1], то широкое внедрение форм и механизмов ЧГП в различные сферы деятельности становится стратегическим направлением развития взаимовыгодного партнерства как для государства, так и для бизнеса. Поэтому проблемы неразработанной законодательно-правовой базы, схемы налогообложения, отсутствия достаточного опыта реализации ЧГП становятся не менее актуальными, чем ЧГП как таковое. Решение названных проблем и, возможно, разработка новых форм ЧГП должны стать первоочередными задачами для государства и бизнеса.

Список использованной литературы:

1. Пономарев М.А., Расторгуева И.В. Частно-государственное партнерство в сфере образования: проблемы развития.
2. Баженова В.С. Вопросы взаимодействия государства и бизнеса в процессе регионального развития // Известия ИГЭА 2011 №3 URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/voprosy-vzaimodeystviya-gosudarstva-i-biznesa-v-protseesse-regionalnogo-razvitiya>.
3. Баженова В.С. Становление и развитие института частно-государственного партнерства в России. Улан-Удэ, 2008. – 136 с.
4. Практическое руководство по вопросам эффективного управления в сфере государственно-частного партнерства // Организация объединенных наций, Женева, 2008.
5. Паздников М. Государственно-частное партнерство: суть и понятие // <http://politmanagement.ru>.
6. Баженов А. Государственно-частное партнерство и «качество денег» // <http://www.ideg.ru>.
7. Снельсон П. Государственно-частные партнерства в странах с переходной экономикой // <http://www.ebrd.com>.
8. Практическое руководство по вопросам эффективного управления в сфере государственно-частного партнерства // Организация объединенных наций, Женева, 2008.
9. Еремин В.Л. Государственно-частное партнерство в сфере образования. // Актуальные проблемы социально-экономического развития России. – 2010. - №2.
10. Никитин М.В. Предпринимательский колледж: концепция государственно-частного партнерства // Профессиональное образование. Столица. – 2011. - № 10. – С. 29-31.

© Е.А. Цыремпилова, 2013

УДК 336

М.А. Шабанова,
магистрант 2 курса института заочного обучения,
Новосибирский государственный университет
экономики и управления «НИНХ»,
г. Новосибирск, Российская Федерация

УПРАВЛЕНИЕ ОСНОВНЫМ КАПИТАЛОМ ОРГАНИЗАЦИИ В ПЕРИОД КРИЗИСА

В статье рассмотрены вопросы оптимизации по выбору источника финансирования основного капитала организации.

Ключевые слова: основной капитал, подходы по выбору источников финансирования основного капитала в период кризиса, специфика привлечения источников финансирования основного капитала.

ВВЕДЕНИЕ

В настоящее время во многих российских организациях назрела необходимость переоснащения новым высокотехнологическим оборудованием, необходимы денежные вложения в основной капитал для последующего производства. При этом осуществлять деятельность по переоснащению необходимо, в рамках жестких требований: с одной стороны – к срокам, своевременности и качеству технического обслуживания и ремонта, с другой стороны – к объему материальных, финансовых и кадровых ресурсов.

Российские организации вынуждены эффективно работать в условиях кризиса, пик которого наблюдался в 2008 году, и отголоски которого мы еще наблюдаем. Неполная загрузка мощностей, а потому и неэффективное их использование, а тем более разрушение созданного потенциала организаций представляют угрозу экономическим, материальным основам жизнедеятельности коллектива и общества, для поддержания которых он создавался и развивался.

В период кризиса для промышленных организаций особо остро встает вопрос инвестирования в основной капитал. Организации необходимо определиться с источником финансирования. Период кризиса и его глубину может смягчить развитый кредитный рынок. Как правило во время рецессии процентные ставки по кредитам снижаются, кредитование населения стимулирует спрос, а финансирование промышленных организаций помогает им пережить трудные времена.

В нашей стране слабо развит банковский сектор, прослеживается его зависимость от финансирования за пределами страны, вследствие чего объем кредитных ресурсов, которыми располагает страна сжимается, а ставки возрастают. Это сводится к следующему, что при условии недостатка финансовых ресурсов особую важность приобретает их рациональное распределение. Для промышленной организации в условиях возросших ставок основной проблемой является сложность выбора и привлечения финансового источника, для обновления основного капитала.

Несмотря на большое количество определений понятия основного капитала внимание, до сих пор не выработано универсального определения понятия «основной капитал», удовлетворяющего потребностям, как теории, так и практики. Для анализа термина «капитала» обратимся к различным отечественным и зарубежным источникам и проследим развитие подхода к пониманию основной капитал (см. табл.1).

Таблица 1

Научные понятия термина «основной капитал»

№ п./п.	Автор	Понятие
1	В.В.Ковалев	Основной капитал - включает средства труда, которые многократно участвуют в процессе производства, выполняя качественно различные функции. Постепенно изнашиваясь, они переносят свою стоимость на созданный продукт по частям в течении ряда лет в виде амортизационных отчислений.
Продолжение Таблицы 1		
2	Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б	Основной капитал - это обобщающий показатель, характеризующий в денежном выражении весь капитал предприятия, компании, как физический, так и денежный. Основной капитал включает длительно функционирующие материальные ценности (земельную собственность, здания, машины, оборудование), финансовые вложения (собственные ценные бумаги, вложения в другие предприятия, долги других предприятий), нематериальные активы (патенты, лицензии, товарные знаки, проекты).
3	Б. Батлер, Б. Джонсон, Г. Сидуэл	Основной капитал - это актив, который предполагается использовать в коммерческой или предпринимательской деятельности в течение значительного периода. К основному капиталу в большинстве отраслей относят землю и здания, производственные сооружения, машины и оборудование, инвестиции в компании-филиалы, "гудвил" и автомобили, хотя, находясь в руках дилеров, перечисленные активы являются оборотным капиталом. Издержки на эти активы обычно постепенно списываются из прибыли в течение ожидаемого срока их службы с ежегодным вычитанием части их стоимости из балансовой стоимости и отнесением ее на счет амортизационных отчислений (depreciation).
4	Большой Энциклопедический словарь	Основной капитал - капитал, затрачиваемый на машины, оборудование, здания, сооружения; возвращается в денежной форме посредством амортизационных отчислений по мере снашивания элементов основного капитала, в течение ряда кругооборотов капитала.
5	Н.А Васильева	Основной капитал предприятия – это денежная оценка его основных фондов. Основные фонды – средства труда, которые многократно участвуют в процессе производства, сохраняют при этом натурально-вещественную форму и переносят свою стоимость на производимую продукцию частями по мере износа в виде амортизационных отчислений.

Будем понимать под основным капиталом актив, который предполагается использовать в предпринимательской или коммерческой деятельности, и который включает в себя материальные ценности, которые длительно функционируют (здания, земельная собственность,

оборудование, машины), нематериальные активы, финансовые вложения. Это понятие полностью соответствует практике применения понятия в финансовой деятельности и указывает на специфику управления основным капиталом организации.

Под управлением капитала будем понимать процесс выбора финансового источника и эффективное распределение привлеченных денежных средств из выбранного источника для перевооружения и модернизации основного капитала.

Определяя цели и задачи своего исследования, отметим важность нахождения методического подхода, который бы включал в себя определенный алгоритм принятия решения по выбору источника финансирования основного капитала организации в условиях кризиса. Наличие такого методического подхода облегчает задачу финансовому менеджеру по принятию решению, а также позволяет достаточно быстро оценить тот или иной финансовый источник, и определиться на каком то одном.

Методический подход, по выбору источника финансирования основного капитала организации в период кризиса будет заключаться в формировании некой стоимостной системы показателей для выбора оптимального источника финансирования основного капитала.

Под оптимизацией понимают процесс выбора наилучшего варианта из множества всех возможных. В экономике определение значений экономических показателей, при которых достигается оптимум, то есть оптимальное, наилучшее состояние системы. Как правило оптимуму соответствует достижение самого высокого результата при данных затратах ресурсов или достижение заданного результата при минимальных ресурсных затратах. Данный методический подход основан на методах финансового анализа, к которым относится и методы экономического анализа хозяйственной деятельности, а также методы синтеза и метод комплексного подхода.

Выбор источника финансирования основного капитала может производиться по различным критериям, основными из которых являются показатели «цена» и «время». Здесь подчеркнем, что такой критерий, как время рассматривается для основного капитала с учетом того, что как правило вложение средств, с целью обновления основного капитала предполагает долгий период возврата средств со стороны организации. Покупка нового оборудования, модернизация требует больших финансовых вложений, которые для организации необходимы в данный период времени. А вот возврат средств будет происходить не сразу.

Подчеркнем, что такой показатель, как цена является важной составляющей в любом проекте. Как утверждает В.В. Ковалев «Под стоимостью источника финансирования (Cost of Source of Financing) понимают сумму средств, которую надо регулярно платить за пользование

определенного объема привлекаемых финансовых ресурсов, выраженную в процентах к этому объему, т.е. представленную в виде годовой процентной ставки».

Целью оптимизации является выбор одного или нескольких источников финансирования по критериям с учетом ограничений.

- 1) Анализ и оценка ограничений;
- 2) Расчет стоимости привлечения финансовых ресурсов;
- 3) Выбор оптимального источника финансирования.

Диагностика ограничений финансового источника представляет собой первостепенную задачу при выборе оптимального источника финансирования. При этом ограничения описываются четырьмя основными факторами, изображенными на рисунке 1.



Рис. 1. Ограничения для источников финансирования основного капитала

Под фактором неопределенности необходимо понимать изменение стоимостного выражения привлекаемого ресурса на определенный период. Так для финансового источника кредита - изменение процентной ставки, для финансового лизинга процент по лизингу, для метода акционирования – номинальную стоимость акции, для метода инвестирования - оценка стоимости основных средств, будет расцениваться ниже на определенный процент.

Из выше изложенного следует, что при определении источника финансирования основного капитала организации предлагается использовать алгоритм.

1. Составление перечня доступных источников финансирования
2. Анализ условий привлечения источников финансирования
3. Предварительный отбор источников финансирования
4. Расчет стоимости каждого из источников финансирования
5. Выбор оптимального источника финансирования основного капитала организации.

Показатель цены, который является важной составляющей в любом проекте, был описан выше. В рамках данного исследования под ценой понимается стоимость привлечения источника финансирования в процентном отношении – r .

Эффективная процентная ставка должна удовлетворять условию $r_{эф} \rightarrow \min$.

Формулы для расчета процентной ставки r и $r_{эф}$ представлены в таблице 2.

Таблица 2

Расчет процентной ставки источников финансирования основного капитала

№ п./п.	Источник	Ставка процента за год	Эффективная ставка процента, с учетом фактора неопределенности
1	Ставка процента среднеарифметическое значение	$r = \sum_{k=1}^K \frac{r_k}{K}$	$r_{\dot{y}\dot{o}} = \sum_{k=1}^K \frac{r_{\dot{y}\dot{o}\dot{e}}}{K}$
			Продолжение Таблицы 2
2	Средневзвешенная ставка процента (с учетом стоимости проекта G_k)	$r = \sum_{k=1}^K r_{\dot{e}} \times G_k$	$r_{\dot{y}\dot{o}} = \sum_{k=1}^K r_{\dot{y}\dot{o}\dot{e}} \times G_k$

Расчет стоимости на основе средней арифметической осуществляется по формуле 1.

$$r = \sum_{k=1}^K \frac{r_k}{K} \quad (1)$$

где r_k — ставка процента за год по k -му источнику финансирования;
 K — общее число используемых источников финансирования.

Расчет стоимости на основе средней арифметической для эффективной ставки источника финансирования осуществляется по формуле 2.

$$r_{\dot{y}\dot{o}} = \sum_{k=1}^K \frac{r_{\dot{y}\dot{o}\dot{e}}}{K} \quad (2)$$

где $r_{эф}$ — эффективная процентная ставка, с учетом фактор неопределенности по k -му источнику.

Расчет стоимости на основе средневзвешенной осуществляется по формуле 3.

$$r = \sum_{k=1}^K r_{\dot{e}} \times G_k \quad (3)$$

где G_k — стоимость проекта.

Расчет эффективной ставки за пользование того или иного источника финансирования производится с учетом поправочного коэффициента, в котором учитывается фактор возникновения кризисной ситуации. Того явления которая каждая организация должна рассматривать при принятии решения по выбору источника финансирования основного капитала.

© М.А. Шабанова, 2013

УДК 311

А.С. Шутова,
аспирант факультета управления и социальных коммуникаций
Тверского государственного технического университета,
г. Тверь, Российская Федерация

СТАТИСТИКА РАЗВИТИЯ ЛЕСНОГО ХОЗЯЙСТВА ТВЕРСКОЙ ОБЛАСТИ

Наличие полной своевременной и достоверной официальной статистической информации о процессах, происходящих в различных сферах жизнедеятельности региона, является необходимым условием организации эффективного управления его развитием.

Одной из не менее важных сфер жизнедеятельности Тверской области является лесное хозяйство. Неотъемлемой частью этого является воспроизводство лесов и лесоразведение.

Следует отметить, что воспроизводством лесов является своевременное воспроизводство лесов на непокрытых лесом землях, улучшение породного состава лесов, увеличение производительности лесов, обеспечение рационального использования земель лесного фонда.

Лесовосстановление в свою очередь предполагает проведение мероприятий по восстановлению лесов на вырубках, гарях, пустолях и иных бывших под лесом площадях.

В лесном хозяйстве экономический процесс воспроизводства неразрывно связан с искусственным, естественным, комбинированным процессами лесовосстановления. Процесс воспроизводства лесных ресурсов обеспечивается благодаря ежегодно осуществляемой специальной системе научно-обоснованных лесохозяйственных мероприятий, составленных с учетом хозяйственного значения лесов (групп и категорий), природных и экономических условий района их произрастания. Процесс расширенного воспроизводства осуществляется путем создания лесов на непокрытых лесом

площадях или посредством замены одних лесонасаждений другими, более высокого качества и продуктивности.

Таблица 1. Изменения объема работ по воспроизводству лесов Тверской области характеризуется следующими данными

	2011 г.	2012 г.	Ед. измерения	Темп роста
Лесовосстановление	11 441	11 760	га	102.8 %
Искусственное лесовосстановление	6 720	6 969	га	103.7 %
Естественное лесовосстановление	4 721	4 771	га	101.1 %
Комбинированное лесовосстановление	-	20	га	-
Рубки ухода за лесами	16 783	17 265	га	102.9 %
Агротехнический уход за лесными культурами (в переводе на однократный)	26 289	26 833	га	102.1 %
из него механизированным способом	3 708	6 426	га	173.3 %
Посев семян лесных растений в лесных питомниках	18	19	га	105.3 %
Внесено органических удобрений в лесных питомниках	20	173	тонн	в 8.6 раза
Заготовлено семян лесных растений	439	1 571	кг	в 3.6 раза
из них хвойных пород	439	1 571	кг	в 3.6 раза

Исходя из данных таблицы видно, что площадь работ, на которой проводились мероприятия по лесовосстановлению, в 2012 году составляет 11 760 га, а в 2011 году 11 441 га. Площадь, на которой проводился данный вид работ, увеличилась на 2,8 %. Искусственное лесовосстановление в 2012 году составило 6 969 га, это больше чем в 2011 году на 3,7%. Следовательно, площадь, на которой проводилось создание лесных культур путем посадки сеянцев, саженцев и других лесных культур, возросла. Что касается естественного лесовосстановления, то в отчетном году площадь, на которой проводились работы, увеличилась на 50 га по сравнению с предыдущим годом, что составило 1,1 %.

В 2012 году были проведены работы по комбинированному лесовосстановлению путем посадки, посева лесных культур на лесных участках. По данным таблицы видно, что площадь, на которой проводились

работы по комбинированному лесовосстановлению, составляет 20 гектар. Комбинированное лесовосстановление развивается низкими темпами, но, тем не менее, оно набирает обороты в сфере лесовосстановления и лесоразведения. Данный вид работ в 2011 году в Тверской области не проводился.

Важным моментом является увеличение площади, на которой проводились рубки ухода за лесами. В 2012 году данный вид работ проводился на 17 265 га лесных земель, что больше чем в 2011 году на 2,9%. Это способствовало улучшению породного состава, качества лесных насаждений и повышению их устойчивости от негативных воздействий.

Агротехнический уход за лесными культурами (в переводе на однократный) в отчетном году составил 26 833 га, по сравнению с предыдущим годом (26 289 га) увеличение составило 2,1%, из него механизированным способом 6 426 га (удельный вес составляет 24% от общей площади), а в 2011 году механизированным способом было обработано 3 708 га (удельный вес составил 14 % от общей площади проделанных работ по агротехническому уходу за лесами в 2011 году), при этом необходимо сказать, что увеличение в отчетном году данного вида работ по сравнению с предыдущим составило 73,3 %. Данный вид работ проводился в целях предотвращения зарастания поверхности почвы сорной травой и древесно-кустарниковой растительностью, накопления влаги.

В 2012 году на 1 гектар возросла площадь лесных питомников, где проводился посев лесных древесных и кустарниковых пород (увеличение составило 5,3 %). Внесение органических удобрений в лесных питомниках положительно влияет на рост и развитие деревьев и кустарников. Кроме того, в богатых органическим веществом почвах энергично протекает жизнедеятельность микроорганизмов, способствующих образованию усвояемых элементов питания растений. В 2012 году органических удобрений было внесено 173 тонн, а в 2011 году 20 т, таким образом, площадь, на которой проводились работы по внесению органических удобрений, увеличилась в 8,6 раза (на основании нарядов по выполнению работ по внесению органических удобрений).

Заготовка семян лесных растений и лесосеменного сырья имеет важное значение для лесного хозяйства. Весной семена высеивают в лесопитомниках, где по прошествии нескольких лет из них вырастают сеянцы, которые могут быть высажены на местах вырубок, гарей, на пустырях и прогалинах. Таким образом, обеспечивается процесс непрерывного лесовосстановления. В Тверской области в 2012 году заготовлено 1 571 кг семян лесных растений, что больше на 1 132 кг чем в 2011 году. В отчетном году заготовлено семян лесных растений больше в 3,6 раза. Также необходимо сказать, что все они - семена хвойных пород.

С итогов за 2012 год предоставление отчетов по воспроизводству лесов и лесоразведению распространено на индивидуальных

предпринимателей, осуществляющих мероприятия по воспроизводству лесов и лесоразведению на землях лесного фонда и землях иных категорий. Это привело к увеличению респондентов, предоставляющих информацию об осуществлении мероприятий в данном секторе.

Таблица 2. Текущие затраты на осуществление мероприятий по воспроизводству лесов и лесоразведению характеризуются следующими данными (*тыс. рублей*)

Наименование	Фактически за год	
	2011 г.	2012 г.
Искусственное лесовосстановление	27 239	32 060
Естественное лесовосстановление	5 190	7 551
Комбинированное лесовосстановление	-	41
Уход за лесами	40 860	39 184



Рис.1. Сравнительный анализ текущих затрат по лесовосстановлению: а) за 2011 г.; б) 2012 г.

Исходя из данных таблицы, можно сделать выводы, что текущие затраты на искусственное лесовосстановление в 2012 году составили 32 060 тыс. руб. (из них индивидуальные предприниматели 3 939 тыс. руб.), что больше, чем в 2011 на 5 %. Затраты на естественное лесовосстановление в 2012 году составили 7 551 тыс. руб. (из них индивидуальные предприниматели 590 тыс. руб.), а в 2011 году 5 190 тыс. руб. (увеличение составило 34 %).

Особое внимание следует обратить на то, что текущие затраты по уходу за лесами в 2012 году составили 39 184 тыс. руб. (из них индивидуальные предприниматели 2 067 тыс. руб.), а в 2011 году 40 860 тыс. руб. (затраты сократились на 10 %).

В заключение необходимо отметить, что леса как экологические системы интересны и важны во многих отношениях. Во-первых, это одни из немногих экосистем суши, сохранившиеся в естественном или слабо

измененном человеком состоянии; во-вторых, это самые крупные экосистемы на Земле, которые характеризуются высокой продуктивностью и в которых аккумулируется большая часть органического вещества планеты в виде растений, кустарников, древесины, используемого затем человечеством, как для собственного потребления, так и для восстановления исчезающих в процессе его хозяйственной деятельности компонентов биосферы.

©А.С. Шутова, 2013

УДК 330.342.146

Е.М. Якутин,

к.э.н., доцент,

кафедра Экономики и предпринимательства,

Новосибирский государственный университет экономики и управления,

г. Новосибирск, Российская Федерация

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНО-ОРИЕНТИРОВАННЫХ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Социально-ориентированные системы представляют собой институциональные образования, преследующие в качестве основной цели решение социальных вопросов и использующие для этого экономические, политические, социальные и иные механизмы.

По нашему мнению, под социально-ориентированными системами следует понимать хозяйствующих субъектов преследующих цель извлечения прибыли из своей экономической деятельности для её дальнейшего использования в сфере решения практических социальных задач. Социально-ориентированные предприятия (СОП) являются ключевым звеном социально-ориентированной экономики.

Среди проблем формирования и функционирования СОП в России, можно выделить наиболее значимые:

❖ Отсутствие обеспечивающих механизмов в структуре государственных органов и рыночных образований, позволяющих компенсировать несовершенство рынка в области реализации социальных приоритетов. Такие механизмы должны предусматривать обеспечение социально-ориентированных структур в целом, и СОП – в частности, условиями для успешной реализации возложенных на них функций;

❖ Отсутствие нормативного закрепления отдельного перечня организационно-правовых форм, в рамках которых должно происходить создание и функционирование СОП. Такие формы должны отражать

специфику социально-ориентированной направленности указанных предприятий, обеспечивать их дифференциацию;

❖ Отсутствие действенного инструментария в области контроля деятельности предприятий, претендующих на получение статуса СОП. Использование льготных режимов в настоящее время зачастую используется для обеспечения налогового прикрытия предприятиями коммерческого сектора, либо для получения бюджетных субсидий и дотаций. Эффективность использования таких трансфертов не отслеживается, результативность деятельности в части выполнения социальных функций не определяется;

❖ Отсутствие механизмов определения баланса интересов государства в целом и его территориальных образований, с интересами социальных групп и хозяйствующих структур, принимающих на себя реализацию функций социально-ориентированной направленности. Социальные приоритеты необходимо увязывать с принципами экономической целесообразности и эффективности.

Исходя из задач реализуемого в настоящее время исследования, одним из ключевых этапов является выделение целевых сегментов СОП.

Поскольку главной целью исследования является разработка методологии формирования и управления производственными функциями СОП, к целевым сегментам СОП будут относиться предприятия:

1. осуществляющие свою деятельность для систематического извлечения прибыли с целью её использования в решении социальных задач групп ограниченно трудоспособных и отдельных территориальных образований;

2. занимающиеся производственной деятельностью;

3. выпускающие продукцию социально-ориентированной направленности;

4. по виду реализуемой социальной функции, относящиеся к группе СОП, осуществляющей трудоустройство целевого персонала;

5. относящиеся к любой из существующих в соответствии с действующим законодательством форм собственности.

В соответствии с предложенными классификационными признаками и целевой сегментацией СОП формулируются требования к их соответствию определенным параметрам. Оценка специфики таких СОП позволит сузить и формализовать перечень ограничений, выступающих основными при разработке методологии организации их деятельности.

Для формирования методологии эффективного функционирования социально-ориентированных предприятий можно также предложить следующие направления:

– адаптация элементов теории социально-ориентированного рыночного хозяйства к условиям российской экономики;

– разработка параметров-регуляторов, обеспечивающих эффективный контроль со стороны государства за их деятельностью;

– формирование комплекса структур, выполняющих поддерживающие и обеспечивающие функции по отношению к СОП и их деятельности.

В качестве перспективных сегментов для разработки методологии организации производства на СОП выделены предприятия общественных организаций, предприятия монофункциональных территориальных образований. СОП указанных сегментов характеризуются специфическими параметрами.

Для СОП из первого сегмента характерно применение специфических трудовых ресурсов, что накладывает ограничения на применяемые в производстве технологии, обуславливает необходимость их адаптации и особых требований к проектированию трудовых процессов, рабочих мест, их обеспечения, обучения персонала и т.д. Кроме того, для таких предприятий потребуется определенная индивидуализация, в зависимости от видов трудовых ограничений, которыми будет характеризоваться их персонал. По этой причине представляется целесообразным разработка некоторых общих принципов и подходов в организации производства на таких СОП, а также формирование модулей индивидуализации. Определенную экономию может представлять разработка типовых методик для СОП из некоторых подсегментов, в частности, для предприятий общественных организаций, обеспечивающих трудоустройство персонала с ограниченной трудоспособностью, в зависимости от видов сенсорных дефектов привлекаемого персонала.

СОП из второго сегмента не имеют существенных ограничений по трудоспособности персонала и видам применяемых трудовых процессов. Здесь сложности преимущественно заключаются в узкой специализации и низкой квалификации большинства задействованного персонала и необходимости его сплошного переобучения и переквалификации, в случае смены профиля производства. В большинстве случаев такая смена назрела давно, а поддержание неэффективных производств осуществляется исключительно административными усилиями.

СОП как первого, так и второго сегмента несут повышенные издержки, связанные с реализацией социальных функций. Это предопределяет неконкурентоспособность затратного механизма СОП по сравнению с рыночными структурами, выпускающими аналогичную продукцию.

Однако у предприятий выделенных сегментов существуют как сходные, так и различающиеся ограничения в производственной деятельности. Указанные ограничения будут заложены в качестве исходных предпосылок при разработке методологии, предусмотренной в рамках исследования, посвященного обеспечению стационарного развития хозяйствующих социально-ориентированных систем.

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ	3
<i>А.Л. Агафонцева</i> СИСТЕМА ТАМОЖЕННО-ТАРИФНЫХ ПРЕФЕРЕНЦИЙ ТАМОЖЕННОГО СОЮЗА: ЭКОНОМИКО-ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ	3
<i>Л.А. Азисова</i> РАЗВИТИЕ СИСТЕМЫ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ЗАКУПОК	6
<i>Р.И. Ахметов, А.А. Рабцевич</i> РОССИЯ В СИСТЕМЕ МИРОВЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ	9
<i>Л.Ш. Ахметова</i> РАСЧЕТ ДЕНЕЖНЫХ КОЭФФИЦИЕНТОВ ПРИ АНАЛИЗЕ КРЕДИТОСПОСОБНОСТИ ЗАЕМЩИКА	14
<i>Д.Р. Балужева</i> ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ СОЦИАЛЬНО- ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ	17
<i>Д.Р. Балужева</i> РЕГИОНАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИМ РАЗВИТИЕМ РЕГИОНА	20
<i>А.С. Вайнер, Н.А. Харламова</i> ОСОБЕННОСТИ СЕГМЕНТИРОВАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ НА РЫНКЕ УСЛУГ	27
<i>И.Ю. Василевич</i> КОНЦЕПЦИЯ ИНТЕГРАЛЬНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ОЦЕНКИ ПРИРОДНЫХ РЕСУРСОВ (НА ПРИМЕРЕ НП «КУРШСКАЯ КОСА»)	31
<i>И.Ю. Василевич</i> ДЕНЕЖНАЯ ОЦЕНКА ЛЕСНЫХ РЕСУРСОВ ПРИ МНОГОЦЕЛЕВОМ ИСПОЛЬЗОВАНИИ	34
<i>В.Е. Власов</i> ИНТЕРВАЛЬНЫЙ И ПРОСТОЙ ПРОЦЕНТНЫЙ СВОПЫ КАК ИНСТРУМЕНТЫ ДОСТУПА К АРБИТРАЖНЫМ ВОЗМОЖНОСТЯМ РЫНКА КАПИТАЛА	37
<i>С.В. Володин</i> ЦЕЛЕВЫЕ ФУНКЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ И ЦЕЛЕПОЛАГАНИЕ В ПРОЕКТАХ	46
<i>Т.Н. Ебечекова</i> ОЦЕНКА БЮДЖЕТНОЙ ОБЕСПЕЧЕННОСТИ МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАНИЙ	54
<i>В.М. Игнатьев, Э.А. Ерошина</i> ПРОЦЕСС ПРОГНОЗИРОВАНИЯ	57

И.И. Зарипов, Ю.А. Запольских ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА ЦЕННЫХ БУМАГ В РОССИИ	63
В.Ю. Злыгостев АНАЛИЗ СТРУКТУРЫ КОЛИЧЕСТВЕННОГО И КАЧЕСТВЕННОГО СОСТАВА ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ ПРЕДПРИЯТИЯ В ОЦЕНКЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ СТИМУЛИРОВАНИЯ ИХ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	65
Е.А. Иванова ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ НАЛОГОВОЙ ПОЛИТИКИ	76
Е.А. Иванова СУЩНОСТЬ, НАЗНАЧЕНИЕ, ОСНОВНЫЕ ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ НАЛОГОВОГО КОНТРОЛЯ КАК ЭЛЕМЕНТА НАЛОГОВОЙ СИСТЕМЫ	80
Е.А. Иванова СПЕЦИФИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ НАЛОГОВОГО КОНТРОЛЯ КАК ИНСТРУМЕНТА НАЛОГОВОГО АДМИНИСТРИРОВАНИЯ	84
В.М. Игнатъев, Е.С. Болдырева ВЫБОР ОБЪЕКТА ИГРОВЫМ МЕТОДОМ	87
М.И. Коваленко ПЛАНОГРАММА – ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ ОПТИМИЗАЦИИ ВЫКЛАДКИ ТОВАРА	91
Е.С. Козак ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ БАНКОВСКОГО КРЕДИТОВАНИЯ В РОССИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ	94
М.О. Коротышева, Н.А. Коновалова УКРАИНСКИЕ ИНВЕСТИЦИОННЫЕ ПРОЕКТЫ В РОССИИ – ИНТЕНСИВНЫЙ ПУТЬ К ИНТЕГРАЦИИ	97
Р.В. Косенко УПРАВЛЕНИЕ КРЕДИТНЫМИ РИСКАМИ В ПРОЦЕССЕ ФИНАНСИРОВАНИЯ ЮРИДИЧЕСКОГО ЛИЦА КОММЕРЧЕСКИМ БАНКОМ	100
В.Б. Лапшина ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С КЛИЕНТАМИ МЕТАЛЛУРГИЧЕСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ НА БАЗЕ В2В-ПЛАТФОРМЫ	104
С.С. Кузьминский ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ КАДРОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ И ПРОГНОЗИРОВАНИЯ В УСЛОВИЯХ ФОРМИРОВАНИЯ РЫНОЧНЫХ СИСТЕМ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ	112

Г.В. Мартиросян ПРИОРИТЕТНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ РЕСПУБЛИКИ БАШКОРТОСТАН	118
Р.Р. Муратова НАНОТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ЦЕНТРЫ, КАК ПЛАТФОРМА ДЛЯ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО ТРАНСФЕРА В НАНОИНДУСТРИЮ	122
З.Ф. Мухамадеева РОЛЬ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ФИНАНСОВОЙ СИСТЕМЕ РЕГИОНОВ	129
Р.Н. Мухаметшина, Р.С. Савельева О НАЛОГЕ НА НЕДВИЖИМОСТЬ	134
Ю.В. Немцева ПОДХОДЫ К ИДЕНТИФИКАЦИИ РИСКОВ ОСНОВНЫХ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ СТРАХОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ	137
А.А. Ольмесова, М.Н. Толчинская ПРОБЛЕМЫ ИНТЕГРАЦИИ РОССИИ В МИРОВУЮ ЭКОНОМИКУ (РЕГИОНАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ)	147
Н.Е. Павлюченко ВАЖНОСТЬ БРЕНДА В ВОСПРИЯТИИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ	151
А.А. Паршиков ПРИМЕНЕНИЕ QR-КОДИРОВАНИЯ В КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	154
З.А. Петрова, И.Ю. Аракелян РЕГИОНАЛЬНАЯ ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПОЛИТИКА КАК ФАКТОР СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА ТЕРРИТОРИИ (НА ПРИМЕРЕ КУРГАНСКОЙ ОБЛАСТИ)	158
Ш.Г. Петросян ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ КУЛЬТУР КАК ЭЛЕМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ИНОСТРАННЫХ ИННОВАЦИОННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ В РОССИИ	161
А.Е. Пискова ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ФИНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА УПРАВЛЯЮЩЕЙ КОМПАНИИ В СФЕРЕ ЖКХ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ	167
В.В. Понкратов НАЛОГ НА ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЙ ДОХОД ОТ ДОБЫЧИ УГЛЕВОДОРОДНОГО СЫРЬЯ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ – ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ	174
М.Н. Прынцев АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ НА РАЗВИТИЕ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА В УСЛОВИЯХ WTO	182

<i>А.В. Радченко</i> ОРГАНИЗАЦИЯ СОБСТВЕННОГО ДЕЛА В УСЛОВИЯХ ПОЛУЧЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ	187
<i>Д.Ю. Раевский, В.В. Назначилов</i> ХЕДЖИРОВАНИЕ РИСКОВ ПРОИЗВОДНЫМИ ИНСТРУМЕНТАМИ	191
<i>В.Ф. Салийчук</i> ТАМОЖЕННО-ТАРИФНАЯ КВОТА И СТРУКТУРА ПРЕДЛОЖЕНИЯ КВОТИРУЕМОГО ТОВАРА НА ВНУТРЕННЕМ РЫНКЕ	195
<i>О.Ю. Слободенюк</i> РОЛЬ УПАКОВКИ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ	199
<i>Л.Ф. Степулева, А.В. Ряшина</i> ОБОСНОВАНИЕ НЕОБХОДИМОСТИ РАЗВИТИЯ ДЕРЕВООБРАБАТЫВАЮЩЕГО КЛАСТЕРА В ПРИМОРСКОМ КРАЕ	202
<i>С.В. Таскаев</i> АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТЬЮ В ОРГАНИЗАЦИИ	208
<i>Е.Г. Трофимова, С.А. Сурков</i> ПРОБЛЕМЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ОБРАЗОВАНИЯ В ЭКОНОМИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ РОССИИ	213
<i>М.Г. Фархутдинов</i> ГЧП КАК СПОСОБ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ ИНВЕСТОРА	215
<i>М.Г. Фархутдинов</i> ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНВЕСТПРОЕКТА ПО СОКРАЩЕНИЮ ЭНЕРГОЗАТРАТ	221
<i>М.С. Фомина, Н.Е. Садковская</i> ОЦЕНКА РАБОТЫ ПЕРСОНАЛА С ПОМОЩЬЮ КЛЮЧЕВЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ (КРІ)	225
<i>И.И. Хажеев, В.И. Зоркальцев</i> СПЕКТРАЛЬНЫЙ АНАЛИЗ МНОГОЛЕТНИХ КОЛЕБАНИЙ ТЕМПЕРАТУР	230
<i>А.Х. Христова</i> МЕТОДЫ НЕМАТЕРИАЛЬНОГО СТИМУЛИРОВАНИЯ ПЕРСОНАЛА	239
<i>Е.А. Цыремпилова</i> ЧАСТНО-ГОСУДАРСТВЕННОЕ ПАРТНЕРСТВО КАК ОДНА ИЗ ФОРМ РЕАЛИЗАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ В ОБЛАСТИ ОБРАЗОВАНИЯ	242
<i>М.А. Шабанова</i> УПРАВЛЕНИЕ ОСНОВНЫМ КАПИТАЛОМ ОРГАНИЗАЦИИ В ПЕРИОД КРИЗИСА	248

<i>А.С. ШUTOVA</i> СТАТИСТИКА РАЗВИТИЯ ЛЕСНОГО ХОЗЯЙСТВА ТВЕРСКОЙ ОБЛАСТИ	254
<i>Е.М. Якутин</i> СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНО- ОРИЕНТИРОВАННЫХ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ	258

Научное издание

НАУКА И ОБРАЗОВАНИЕ XXI ВЕКА

Сборник статей
Международной научно-практической конференции

31 мая 2013

Часть 1

Редактор Т.С. Малова

*Лицензия на издательскую деятельность
ЛР № 021319 от 05.01.99*

Подписано в печать 06.06.2013 г. Формат 60x84/16.
Усл. печ. л. 15,46. Уч. изд. л. 16,30.
Тираж 100. Заказ 76. Изд. № 94.

*Редакционно-издательский центр
Башкирского государственного университета
450074, РБ, г. Уфа, ул. Заки Валиди, 32.*

*Отпечатано в редакционно-издательском отделе
Института права
Башкирского государственного университета
450005, РБ, г. Уфа, ул. Достоевского, 131.*