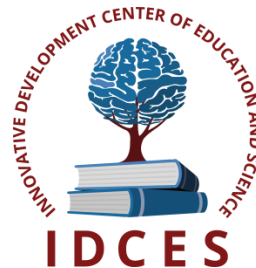


ИННОВАЦИОННЫЙ ЦЕНТР РАЗВИТИЯ ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
INNOVATIVE DEVELOPMENT CENTER OF EDUCATION AND SCIENCE



**ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ:
ОТ ТЕОРИИ К ПРАКТИКЕ**

Выпуск II

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

**г. Ростов-на-Дону
2015 г.**

Экономика и менеджмент: от теории к практике / Сборник научных трудов по итогам международной научно-практической конференции. № 2. Ростов-на-Дону, 2015. 132 с.

Редакционная коллегия:

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

В сборнике научных трудов по итогам международной научно-практической конференции «Экономика и менеджмент: от теории к практике», (г. Ростов-на-Дону) представлены научные статьи, тезисы, сообщения студентов, аспирантов, соискателей учёных степеней, научных сотрудников, ординаторов, докторантов, практикующих специалистов Российской Федерации, а также коллег из стран ближнего и дальнего зарубежья.

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

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

Оглавление

СЕКЦИЯ №1.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.01)	7
ЗАРОЖДЕНИЕ МАТЕМАТИЧЕСКОГО НАПРАВЛЕНИЯ В ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ	
Бобок В.С.	7
К ВОПРОСУ ОБ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПРИРОДЕ СУБКОНТРАКТАЦИИ	
Усачева Н.Ю., Усачев А.А.	9
НЕРЕШЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ОЦЕНКИ КАДАСТРОВОЙ СТОИМОСТИ ЗЕМЕЛЬНЫХ УЧАСТКОВ	
Назаров К.С.	10
ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО ВЛИЯНИЯ НА МАСШТАБЫ ТЕНЕВОЙ ЭКОНОМИКИ	
Цхададзе Н.В.	12
ОСОБЕННОСТИ СТАНОВЛЕНИЯ И РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА В РАЗЛИЧНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМАХ ОБЩЕСТВА	
Пискарева Ю.В., Кусков В.М.	14
ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПОЛИТИКИ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ	
Козлова М.А.	18

СЕКЦИЯ №2.

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НАРОДНЫМ ХОЗЯЙСТВОМ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.05)	21
АСПЕКТЫ ИНДУСТРИАЛИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ РЕГИОНА	
Ябжанова Т.Г.	21
ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ПРОЦЕСС В УСЛОВИЯХ СТАГФЛЯЦИИ В РОССИИ	
Мошкин И.В.	24
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МОБИЛЬНЫХ МЕДИА КАК ИННОВАЦИОННЫЙ СПОСОБ ПОЛУЧЕНИЯ ДОХОДА СРЕДСТВАМИ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ	
Борисова С.Г., Бирюков В.А.	27
ОБ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЯХ	
Евдокимова М.К.	29
ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ РЫНКОВ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ	
Иволга А.Г.	31
ОЦЕНКА РАЗВИТИЯ КОНСАЛТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	
Федоров А.И.	34
ОЦЕНКА САМООБЕСПЕЧЕННОСТИ НАСЕЛЕНИЯ РЕГИОНОВ РОССИИ МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ	
Логанцова Н.В.	36
РАЗВИТИЕ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА КАК ПРОБЛЕМА НАЦИОНАЛЬНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ.СИСТЕМНЫЙ ПОДХОД	
Семяшкин Е.	39
РЕГИОНАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА КАНАДЫ В СФЕРЕ РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕЙ ТОРГОВЛИ	
Хорохонов Д.Ю.	42
СУЩНОСТЬ КАТЕГОРИИ ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ПРОСТРАНСТВО В ВОПРОСАХ ИССЛЕДОВАНИЯ РАЗВИТИЯ ТЕРРИТОРИЙ	
Дзагова С.С.	44
СУЩНОСТЬ И НАЗНАЧЕНИЕ СИСТЕМЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО КОНТРОЛЛИНГА	
Дюсембекова Г.С.	46
УПРАВЛЕНЧЕСКОЕ КОНСУЛЬТИРОВАНИЕ: КЛАССИФИКАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ	
Лапицкая Л.В., Федоров А.И.	47
ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ВНУТРИФИРМЕННОГО ПЛАНИРОВАНИЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНО-ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ РЕСУРСОВ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ	
Кольке Г.И.	49

СЕКЦИЯ №3.

ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.10)	52
БРОКЕРСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ НА РЫНКЕ ЦЕННЫХ БУМАГ АЗЕРБАЙДЖАНА	
Садыгов Э.М.	52
ОБЩЕСТВЕННОСТЬ И БЮДЖЕТНЫЙ ПРОЦЕСС	
Матвиенко И.И.	54

ОСОБЕННОСТИ ИСЧИСЛЕНИЯ НАЛОГА НА ДОХОДЫ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ СТРАХОВЫМИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ С ФОНДА СТРАХОВЫХ ВЫПЛАТ	56
Муравлева Т.В.	56
ОСОБЕННОСТИ ОБРАЩЕНИЯ ЦЕННЫХ БУМАГ РОССИЙСКИХ ЭМИТЕНТОВ НА МИРОВЫХ ФОНДОВЫХ БИРЖАХ	58
Бризицкая А.В., Сакун С.В.	58
ПРОБЛЕМЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ТОВАРОПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ	63
Манаенкова К.В.	63
СЕКЦИЯ №4.	
БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЁТ, СТАТИСТИКА (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.12)	67
АПРОБАЦИЯ ЭЛЕМЕНТОВ ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ В ОТНОШЕНИИ СФЕРЫ ВНУТРЕННЕГО АУДИТА	
Юрьева Л.В., Сухих В.С.	67
ОСОБЕННОСТИ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ В ФИНАНСОВОМ И УПРАВЛЕНЧЕСКОМ УЧЕТЕ	
Фиापшева Н.М.	69
СЕКЦИЯ №5.	
МАТЕМАТИЧЕСКИЕ И ИНСТРУМЕНТАЛЬНЫЕ МЕТОДЫ ЭКОНОМИКИ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.13)	71
МНОГОМЕРНЫЙ СТАТИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ПОКУПАТЕЛЬСКОЙ АКТИВНОСТИ НА ПРИМЕРЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ПОКАЗАТЕЛЕЙ РЕГИОНАЛЬНОЙ ТОРГОВЛИ	
Концевая Н.В.	71
СЕКЦИЯ №6.	
МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.14)	74
СЕКЦИЯ №7.	
БАНКОВСКОЕ И СТРАХОВОЕ ДЕЛО	74
ОТЗЫВ ЛИЦЕНЗИЙ КАК МЕТОД ОЗДОРОВЛЕНИЯ БАНКОВСКОГО СЕКТОРА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	
Лунева Е.В.	74
СПЕЦИФИКА БРОКЕРСКОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ	
Макарова А.А.	76
СЕКЦИЯ №8.	
ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ В СОВРЕМЕННОМ МЕНЕДЖМЕНТЕ	78
ВЫЯВЛЕНИЕ РИСКОВ ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ АЛГОРИТМА УПРАВЛЕНЧЕСКИХ ДЕЙСТВИЙ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ	
Колчина Д.И.	78
ИННОВАЦИОННО-ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ	
Залян Е.Г.	80
ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ КАПИТАЛ КАК ОСНОВА ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	
Биртанов А.Г., Черных А.Б.	81
ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ СТРУКТУРНОЙ РЕФОРМЫ ВЫСШЕЙ ШКОЛЫ РОССИИ	
Орусова О.В.	84
СПЕЦИФИЧЕСКИЕ ЧЕРТЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ РЕШЕНИЙ В РОЗНИЧНЫХ ПРОДУКТОВЫХ СЕТЯХ	
Нургазин Е.О.	86
ФОРМИРОВАНИЕ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ ИННОВАЦИЙ ДЛЯ РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ	
Штешин А.И., Шматко А.Д.	88
СЕКЦИЯ №9.	
ВОПРОСЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ	90
СЕКЦИЯ №10.	
МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА И МЕЖДУНАРОДНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОТНОШЕНИЯ	90
ПОСЛЕДСТВИЯ ОТВЕТНЫХ САНКЦИЙ	
Сенченко П.В., Руденко И.А., Галин Р.Р., Дауров А.А.	90

ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ Селюткина Н.Г.	92
СЕКЦИЯ №11.	
МАРКЕТИНГ	94
МАРКЕТИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ Багова Д.М.	94
ПРИМЕНЕНИЕ ПЛАНОГРАММ ДЛЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ Диев О.Г., Власова А.С.	96
СЕКЦИЯ №12.	
PR И РЕКЛАМА	99
ВИЗУАЛЬНЫЕ ОБРАЗЫ В РЕКЛАМЕ Кречина Е.А.	99
ПРОБЛЕМАТИКА СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ В ЯПОНИИ Паначёва А.С.	101
ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ Берневага С.И., Ширяева А.В.	103
СЕКЦИЯ №13.	
ОПЕРАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ	108
СЕКЦИЯ №14.	
ПРОБЛЕМЫ МАКРОЭКОНОМИКИ	109
ВЛИЯНИЕ ТЕНЕВОГО СЕКТОРА НА ФИНАНСОВУЮ БЕЗОПАСНОСТЬ СТРАНЫ В ТЕКУЩЕЙ ГЕОПОЛИТИЧЕСКОЙ СИТУАЦИИ Ковалева С.А.	109
СЕКЦИЯ №15.	
ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ	111
СЕКЦИЯ №16.	
СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ	111
СЕКЦИЯ №17.	
ТЕОРИЯ УПРАВЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИМИ СИСТЕМАМИ	112
ОСОБЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ЗОНЫ В КОНТЕКСТЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ Растов М.А., Суслов Е.Ю.	112
СЕКЦИЯ №18.	
ТЕОРИЯ СОВРЕМЕННОГО МЕНЕДЖМЕНТА	114
СЕКЦИЯ №19.	
УПРАВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ ПЕРСОНАЛА	114
СЕКЦИЯ №20.	
ФИНАНСЫ И НАЛОГОВАЯ ПОЛИТИКА	114
СЕКЦИЯ №21.	
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ	114
ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛНЕНИЯ КОНСОЛИДИРОВАННОГО РЕГИОНАЛЬНОГО БЮДЖЕТА Бабичева О.П.	114
СЕКЦИЯ №22.	
ЭКОНОМИКА ТРУДА И УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ	118
СЕКЦИЯ №23.	
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ НАРОДОНАСЕЛЕНИЯ И ДЕМОГРАФИЯ	118
ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РАЗВИТИЯ ПРОЦЕССА УРБАНИЗАЦИИ НА ТЕРРИТОРИИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ Асеева О.Ю.	118

СЕКЦИЯ №24.	
ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ.....	122
ЦИКЛИЧНОСТЬ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ: СУЩНОСТЬ И ХАРАКТЕРИСТИКА ЭТАПОВ	
Прохорова А.В.	122
БУЛГУЧЕВ МУРАТ ХАМЗАТОВИЧ, Д.Э.Н, ПРОФЕССОР, ДЕКАН ФАКУЛЬТЕТА.....	128
ПЛАН КОНФЕРЕНЦИЙ НА 2015 ГОД	130

СЕКЦИЯ №1. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.01)

ЗАРОЖДЕНИЕ МАТЕМАТИЧЕСКОГО НАПРАВЛЕНИЯ В ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ

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

Аннотация: Математический анализ взаимосвязи цен и спроса изучен в статье у французского учёного А.О. Курно (1848). Курно ввёл понятие эластичности спроса, функция цены непрерывна, поэтому для нахождения максимума валового дохода используется дифференциальное исчисление. Немецкий помещик И.Г. Тюнен – основоположник теории размещений предшественник идеи эконометрики. Он построил модель оптимального размещения отраслей с разной интенсивностью хозяйствования с учётом издержек на транспортировку готовой продукции к единому рынку сбыта. Немецкий исследователь Г. Госсен – предшественник австрийской школы, в основе теории анализа потребительского спроса. По Госсену полезность благ убывает с ростом количества равновесие в экономике возможно лишь при равном доступе всех к ресурсам земли, образования.

Ключевые слова: цена, спрос, эластичность спроса, валовый доход, дифференциальное исчисление, эконометрика, издержки, потребительский спрос, предельные затраты, равновесие.

Впервые математический аппарат в экономических теоретических исследованиях применил французский Антуан Курно (1801-1877). Доктор математики Парижского университета, автор трудов по теории вероятности, в 1838 г. он опубликовал книгу «Исследование математических принципов теории богатства». Главная её тема – взаимозависимость цены и спроса.

«Курно ввёл понятие «эластичность спроса». Спрос он рассматривает как функцию цены. Функция эта, по Курно, непрерывна. Любое, самое малое изменение цены вызывает изменение спроса. Курно сформулировал это как закон спроса (его математическое выражение: $D = F(p)$, где D – спрос, p – цена). Эластичность спроса на разные товары различна. Курно подметил, что низкая эластичность характерна, с одной стороны, для предметов роскоши, а с другой – для предметов первой необходимости. В первом случае изменение цены мало значимо для очень богатых покупателей, которые и предъявляют спрос на предмет роскоши. Во втором даже люди с низкими доходами предпочтут отказаться от не столь насущного, но не могут не покупать самого необходимого. Поскольку функция цены непрерывна, можно использовать аппарат дифференцированного исчисления для нахождения максимума валового дохода от продажи, т.е. максимума pD . На практике цена, обеспечивающая максимум валового дохода, определялась методом проб и ошибок». [4]

«Курно начинает анализ с естественной монополии, рассматривая её как чистый случай. Он определяет функцию совокупного дохода и функцию предельного дохода, сопоставляет их с функциями совокупных и предельных издержек. Затем Курно переходит к анализу дуополии, т.е. вводит фактор конкуренции между двумя монополистами, потом обращается к исследованию ситуации с большим, но ограниченным числом конкурентов, и, наконец, рассматривает случай свободной конкуренции. В моделях Курно цены диктуют покупатели, а продавцы приспособливают предложение (выпуск продукции) к спросу при этих ценах. Курно приходит к выводу, что при монополии объём выпуска минимален, а при неограниченной конкуренции максимален.

Новаторская работа Курно была не замечена и, соответственно, не оценена современниками. Лишь десятилетия спустя идеи Курно получили должное признание». [2]

Аналогична судьба трудов другого выдающегося мыслителя Иоганна Генриха Тюнена (1789-1850). В отличие от Курно (его книга не была известна Тюнену), строившего абстрактные модели, немецкий помещик Тюнен опирался на конкретные данные детального учёта расходов и доходов своего хозяйства. Его математические построения в этом отношении предвосхитили то направление, которое получило в XX веке наименование «эконометрика». Этим термином, введённым в научный оборот норвежским экономистом Рагнарсом Фришем (1895-1973), называют исследование конкретных количественных закономерностей и взаимосвязей в экономике с помощью математических и статистических методов и моделей.

«Тюнен построил модель изолированной от внешнего мира хозяйственной (точнее, сельскохозяйственной) области. Пространственно эта область – правильный круг, в центре которого находится единственный город – рынок сбыта аграрной продукции. Из каждой точки в круге перевозка осуществляется строго по радиусу одним и тем же видом транспорта. Транспортные расходы – линейная функция расстояния перевозки. Земля повсюду одинаково плодородна и равно пригодна для любой отрасли сельского хозяйства. Отрасли эти отличаются

интенсивностью ведения работ, т.е. необходимыми вложениями средств. Принимая, что все отрасли равно нужны, Тюнен решает задачу их пространственного размещения. Для этого определяется, на каком расстоянии от точки сбыта транспортные расходы уравниваются с чистой выручкой (разницей между валовой выручкой и издержками). Эти расстояния различны для разных отраслей, ибо различна интенсивность хозяйства критерий рациональности размещения – максимальной суммарный чистый доход всех отраслей. В Тюненовской модели оптимальным оказывается размещение отраслей в виде концентрических колец. Чем ниже интенсивность хозяйственности отрасли, тем дальше от центра должно находиться соответствующее кольцо». [1]

Тюненовская модель крайне упрощена. Для количественного измерения зависимостей между её элементами автор использует данные, взятые из практики собственного хозяйства. Неудивительно, что эти данные нередко не подтверждают постимулируемые при построении модели положения. Это, однако, не умаляет принципиальной значимости Тюненского подхода к экономическому анализу и его концептуальных идей. Тюнен по праву считается основоположником теории размещения производства, которая в наши дни выросла в особую отрасль науки – пространственную экономику. Но не лишь существенен его вклад в общую экономическую теорию.

Хотя Тюнен не использует терминов «предельная ценность», «предельные издержки» и т.п., по существу он мыслит в этих категориях. В его работе явственны начала, получившие впоследствии чёткое оформление в концепциях предельной производительности факторов производства. Тюнен неоднократно подчёркивает, что затраты любого производственного фактора должны осуществляться до того момента, когда дополнительный продукт, порождаемый добавочной единицей данного фактора, уравнивается с издержками на него. Если каждый фактор используется таким образом, совокупный продукт максимизируется.

Как и Курно, Тюнен в исследовании экономических процессов прибегает к дифференциальному исчислению. Любой процесс в хозяйственной сфере, по Тюнену, это постепенные малые превращения вплоть до достижения некоего предела, означающего переход иному качественному состоянию.

Инструментарий дифференциальных уравнений Тюнен использует, в частности, анализируя возможности перехода наёмного работника в статус самостоятельного предпринимателя. Тюнену принадлежит и ряд других положений, а главное методологических подходов, которые были по достоинству оценены лишь много лет спустя. Такова, например, его попытка построить теорию распределения доходов на основе представления о предельной производительности. Здесь он применяет приём последовательного варьирования одного фактора за другим. Вначале в качестве переменной рассматриваются вложения труда при постоянной величине капитала и земли; затем как переменная выступают вложения капитала при стабильности используемых труда и земли; наконец, переменной становится площадь земли неизменности вложений труда и капитала.

Современником Курно и Тюнена был немецкий исследователь Герман Госсен (1810-1858), юрист по образованию. Госсен переместил фокус исследования экономики. Единственно заслуживающий внимания объектом изучения он провозгласил потребление – помочь человеку в получении им максимального удовлетворения от потребления благ. Основа экономического поведения по Госсену – психологическая оценка человеком благ и выбор между этими благами. Экономические запасы имеют в своей основе психологию индивидуума. Госсен сформировал два краеугольных положения, приобретших впоследствии широкую известность как «законы Госсена».

«Первый закон Госсена. Если запас различных благ недостаточен для полного удовлетворения, то совокупное наибольшее удовлетворение достигается в точке, где интенсивность удовольствия от потребления каждого блага одинакова. Иначе говоря, полезность комбинации благ максимальна, когда последние порции потребленных различных благ имеют одинаковую полезность, этому закону Госсен даёт математическую интерпретацию. При этом зависимость между полезностью и количеством благ рассматриваются как линейная.

Второй закон Госсена. Величина удовлетворения от потребления каждой дополнительной единицы блага данного вида уменьшается, пока не достигает нуля в точке полного насыщения. Снижение удовлетворения означает снижение полезности каждой последующей единицы блага». [3]

С тех же субъективно-психологических порций подходит Госсен к анализу предложения товаров. Труд вначале приносит наслаждение, но затем становится тягостным, наслаждением со знаком минус. Госсен вводит понятие «предельная затрата». На основании сопоставления предельной полезности блага с предельной затратой труда на его производство он формулирует принцип равновесия индивидуального потребления и индивидуального производства: ценность предельного атома наслаждения от потребления блага должна быть равна усталости, которую человек испытывает, достигая этого атома в последний момент затраты своей энергии (Госсен употребляет слова «атом», чтобы подчеркнуть в соответствии с представлением своего времени дальнейшую неделимость единицы блага и доставляемого ею наслаждения). Общий выигрыш полезности – это разность между наслаждением (от потребления и труда) и тягостью труда. Труд прекращается в точке, где

указанная разность максимальна. По существу, излагаемая Госсеном концепция равновесия – иное выражение его второго закона. Принцип равновесия Госсен также выразил посредством математической формулы.

Таким образом, формируя условия оптимального равновесия Госсен вовсе не считал, что они реализуются в существующей экономической среде. Здесь он переходит от индивидуума к социуму, к общественным отношениям. Равновесие может быть достигнуто лишь при обеспечении свободного доступа любого человека к выгодной для него производственной деятельности, что связано с устранением всех видов монополии, правовых ограничений, и т.п. Земля должна быть доступна для каждого, желающего работать на ней, а это может быть обеспечено лишь национализацией её. Равенство возможностей должно базироваться на всеобщности образования, доступности государственного кредита для организации производства, устойчивости денежной системы. Таким образом, Госсен, исходя из чисто теоретической конструкции, приходит к необходимости реформирования современной ему экономической системы.

Список литературы

1. Аникин А.В. Юность науки: жизнь и идеи мыслителей. – М.: Изд. Политической литературы, 2005.
2. Блауг М. Экономическая ложь в ретроспективе. Пер. с английского. М.: «Дело Лтд», 1994.
3. Ойкен В. Основные принципы экономической политики. М.: «Прогресс», 2000.
4. Коуд Р. Фирма, рынок и право. М.: «Catalaxy», 2007.

К ВОПРОСУ ОБ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПРИРОДЕ СУБКОНТРАКТАЦИИ

Усачева Н.Ю., Усачев А.А.

Волгоградский государственный университет, г.Волгоград

Задачи импортозамещения и увеличения доли продукции с высокой добавленной стоимостью активизируют научный и практический интерес к формам промышленной кооперации и, в частности, к субконтрактации. Как правило, обсуждаются преимущества, достигаемые фирмой-контрактором, в контексте аутсорсинга как такового. Нам представляется, что субконтрактация как механизм координации может влиять не только на эффективность контрактора и субконтрактора, но и на сектор малого и среднего предпринимательства в целом [4]. Аргументацию сформулированного тезиса начнем с выявления специфических черт субконтрактации.

Под контрактором понимают предприятие, реализующее наиболее прибыльные производственные процессы, или критически влияющие на конечный продукт. Субконтрактором называют специализированное предприятие, производящее комплектующие, выполняющее работы или услуги для контрактора. Полагается, что субконтрактация позволяет повысить конкурентоспособность обеих сторон субконтрактных отношений. Такое определение субконтрактации фокусирует внимание на распределении созданной ценности между ее звеньями и допускает самое широкое применение. Мы предлагаем консолидироваться с пониманием субконтрактации как способа производственной кооперации предприятий, обладающих и юридической, и финансовой самостоятельностью. Контрактор обладает либо бóльшим капиталом, либо бóльшим количеством работников. Субконтрактор получает заказ на производство компонентов, используемых контрактором в качестве производственных ресурсов, либо заказ на изготовление или ремонт оборудования, инструментов и т.п., применяемого контрактором в ходе производственного процесса. Принципиально то, что субконтрактор получает от контрактора не только заказ, но и план его выполнения с определением качества и спецификаций [2].

Мы полагаем, что специфическими чертами субконтрактации, отделяющими ее от иных форм промышленной кооперации, являются следующие.

- Субконтрактор производит или имеет объективную возможность производить то, что контрактор использует в возобновляемом процессе производства добавленной стоимости.
- Субконтрактор заинтересован в договоре настолько, что подчиняет свое функционирование требованиям цены, качества и сроков, выдвигаемых контрактором.
- Цена, качество и сроки исполнения договора являются принципиальными для производственного цикла и издержек контрактора.
- Договор не является разовой сделкой, предполагает возобновление.
- Субконтрактор не лишен возможности сам выступать в качестве контрактора.
- Субконтрактор не лишен возможности заключать договора с иными контракторами.

- Субконтракция предполагает специфические инвестиции со стороны субконтрактора и, как следствие, может приводить к злоупотреблению властью со стороны контрактора.

Анализ экономической природы любой формы промышленной кооперации, и субконтракции в том числе, определяется научной платформой, на которой он проводится. Выявим стимулы, вовлекающие в субконтракцию обоих участников договорных отношений, встав на позиции увеличения нормы прибыли и бессрочного существования как целей фирмы [1]. Для контрактора принципиально то, что малые и средние предприятия, выступая в качестве субконтрактора

- заведомо довольствуются меньшей нормой прибыли, нежели контрактор ;
- принимают на себя последствия меняющейся рыночной конъюнктуры, в значительной степени освобождая от них контрактора .

У субконтрактора, невзирая на всю асимметрию отношений с контрактором, появляется шанс на

- удержание и укрепление рыночных позиций за счет гарантированного спроса;
- увеличение нормы прибыли за счет гарантированного периода оборота капитала;
- наращивание конкурентных преимуществ путем повышения технологического уровня внутрифирменных производственных процессов и качества управления.

В итоге, шанс на бессрочное существование в быстроменяющейся высоко конкурентной рыночной среде, требующей непрерывного наращивания инвестиций в основной капитал.

Субконтракция, в отличие от акционирования, оставляет финансовую независимость исполнителям и тем самым сохраняет рыночные стимулы для фирм – субконтракторов, что равнозначно сохранению и расширению слоя активных предпринимателей. Нам представляется, что экономический потенциал субконтракции как механизма интегрирования малых и средних предприятий в современную производственную систему состоит в сохранении и расширении слоя производственных предпринимателей. Мировой опыт предоставляет тому свидетельства. Так в Японии, в которой субконтракция остается ведущей формой производственной кооперации, доля малых и средних предприятий в валовой добавленной стоимости не опускается ниже 80% [3].

В заключение необходимо отметить, что выбор между субконтракцией и акционированием, как выбор между интернализацией и сохранением рыночных стимулов, осуществляется предприятиями-заказчиками под воздействием институциональной среды. И в свою очередь воздействует и на предпринимательскую среду, и на эффективность экономической системы в целом.

Список литературы

1. Богачкова Н.Ю. Реализация экономических преимуществ корпорации в переходной экономике: Монография. – Волгоград: Изд-во ВФ МУПК, 2000.-243 с.
2. Кимура, Ф. Субподряд в работе малых и средних предприятий Японии / Международный банк реконструкции и развития, Всемирный банк. Первое издание - июнь 2001 г.
3. www.mof.go.jp/english/index.htm
4. Усачева Н.Ю. Обоснование двойственности институциональных подходов к природе корпорации // Теория и практика общественного развития-2013.-№11.С.511-513.

НЕРЕШЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ОЦЕНКИ КАДАСТРОВОЙ СТОИМОСТИ ЗЕМЕЛЬНЫХ УЧАСТКОВ

Назаров К.С.

Аспирант, Государственный университет по землеустройству, г.Москва

В статье представлен критический анализ нормативных материалов посвященных, регламентации оценки кадастровой стоимости земельных участков и оспаривания налоговых выплат при непропорциональной кадастровой оценке.

Ключевые слова: кадастровая стоимость, рыночная стоимость, налогообложение

Мировая практика показывает, что земельно-кадастровые системы являются неотъемлемой частью управления недвижимым имуществом. Кадастровая стоимость земельного участка согласно действующему земельному законодательству используется для целей налогообложения. Под кадастровой стоимостью понимается установленная в процессе государственной кадастровой оценки рыночная стоимость объекта недвижимости, определенная методами массовой оценки, при невозможности определения рыночной стоимости

методами массовой оценки, рыночная стоимость, определенная индивидуально для конкретного объекта недвижимости в соответствии с законодательством об оценочной деятельности [1]. Массовой оценкой недвижимости именуется процесс определения стоимости при группировании объектов оценки, имеющих схожие характеристики, в рамках которого используются математические и иные методы моделирования стоимости на основе подходов к оценке [2]. Кадастровая стоимость образуется в результате государственной кадастровой оценки земли и определяется по утвержденным методикам. Стоимость определяется исходя из построенной на основании полученной информации о рынке объекта оценки и ценообразующих факторах модели оценки. Следовательно, при определении стоимости земельного участка методом массовой оценки его индивидуальные характеристики не учитываются. Законодательством также предусмотрена возможность использования для установления кадастровой стоимости земельного участка его рыночной стоимости.

Кадастровая стоимость может устанавливаться в результате проведения государственной кадастровой оценки либо рассмотрения споров о результатах определения кадастровой стоимости.

Под рыночной стоимостью объекта оценки понимается наиболее вероятная цена, по которой объект оценки может быть отчужден на открытом рынке в условиях конкуренции [3, 4]. Таким образом, отличие кадастровой стоимости объекта недвижимости от его рыночной стоимости заключается в процедуре (процесс государственной кадастровой оценки) и методе (массовый метод оценки). При применении методов массовой оценки не учитываются виды прав и ограничения (обременения) на объекты оценки, за исключением сервитутов, установленных законом или иными нормативными правовыми актами [5]. Существующая система налогообложения также разделяет платежи за владение и пользование земельными участками и объектами, расположенными на них. Определяется кадастровая стоимость каждого из этих объектов. [6]. Таким образом, при определении кадастровой стоимости существует множество факторов, способных привести к неверной оценке, в результате которой кадастровая стоимость будет превышать рыночную, что является основанием для оспаривания величины налоговых платежей. Согласно рекомендациям Верховного суда, пересмотр кадастровой стоимости земельного участка необходимо начинать с обращения в комиссию при муниципальном органе власти и только в случае несогласия с ее решением возможно обжалование в судебном порядке [7]. Органы кадастрового учета обязаны внести рыночную стоимость в качестве новой кадастровой стоимости в государственный кадастр недвижимости на основании решения принятого комиссией или вступившего в законную силу решения суда об установлении рыночной стоимости участка [8]. При этом согласно ст. 24.20 Закона об оценочной деятельности сведения о кадастровой стоимости признаются измененными с момента их внесения в государственный кадастр недвижимости, в том числе по результатам рассмотрения споров о ее оценке [9].

Согласно разъяснению Минфина в том случае, если кадастровая стоимость земельного участка, определенная по итогам рассмотрения споров в комиссии в размере рыночной стоимости, установлена на дату принятия решения комиссией в текущем налоговом периоде, то она должна применяться при исчислении налога в следующем налоговом периоде, а если она определена на 1 января года, являющегося налоговым периодом, то должна применяться в текущем году (Письмо от 01.03.2012 N 03-05-04-02/17). В тех случаях, когда судебным решением кадастровая стоимость, установленная на начало налогового периода, признается равной рыночной стоимости, то изменяемая кадастровая стоимость применяется с налогового периода, на начало которого она установлена судебным решением. При этом ранее уплаченная сумма земельного налога подлежит перерасчету (возврату или зачету) [10]. Однако в Письме от 12.07.2013 N 03-05-05-02/27214 финансовый орган обратил внимание, что право на перерасчет сумм земельного налога возникает только с даты изменения кадастровой стоимости земельного участка, указанной в государственном кадастре недвижимости. [11]. Учитывая имеющиеся и нерешенные к настоящему времени проблемы в актуализации кадастровой стоимости, результаты следующей государственной оценки кадастровой стоимости, снова могут оказаться некорректными из-за отсутствия четких критериев ценообразования на земельном рынке [12].

Поэтому, необходимо дальнейшее развитие методологии кадастровой оценки недвижимости с использованием сравнительного и затратного подходов. Вместе с тем особого внимания требует обоснование решений об установлении кадастровой стоимости объектов, для оценки которых отсутствует возможность применения сравнительного, затратного и доходного подходов.

Таким образом, в настоящее время в Российской Федерации происходит модернизация системы государственного кадастрового учета объектов недвижимости, однако требуется дальнейшее совершенствование методов и подходов определения кадастровой стоимости земельных участков для целей налогообложения.

Список литературы

1. Федеральный Закон Об оценочной деятельности в Российской Федерации, №135-ФЗ, 1998

2. Приказ Министерства экономического развития Российской Федерации от 22 октября 2010 года N 508 "Об утверждении Федерального стандарта оценки "Определение кадастровой стоимости (ФСО N 4) "
3. Федеральный закон от 29 июля 1998 года N 135-ФЗ "Об оценочной деятельности в Российской Федерации"
4. Приказ Министерства экономического развития и торговли Российской Федерации от 20 июля 2007 года N 255 "Об утверждении Федерального стандарта оценки "Цель оценки и виды стоимости (ФСО N 2)
5. Об утверждении федерального стандарта оценки "определение кадастровой стоимости (ФСО N 4) Приказ Минэкономразвития РФ от 22 октября 2010 г. N 508
6. П.В. Карцев. Рекомендации по подготовке отчетов об оценке рыночной стоимости объектов недвижимости для ее использования в качестве кадастровой стоимости. 2015. <http://xn----7sbbaj7auwnffhk.xn--p1ai/article/4381>
7. Определение Конституционного Суда Российской Федерации от 1 марта 2011 года N 275-О-О и N 281-О-О
8. Постановление Президиума ВАС РФ от 28.06.2011 N 913/11
9. С.Н. Скобеев. О способах оспаривания кадастровой стоимости земельного участка. Имущественные отношения в Российской Федерации", 2014, N 4
10. http://www.kmcon.ru/articles/jurist9/jurist9_6489.html
11. Письма от 10.04.2013 N 03-05-05-02/11854, от 30.10.2012 N 03-05-05-02/111, от 01.11.2012 N 03-05-05-02/112
12. Е.Н. Саяпина. Исчисление земельного налога при изменении кадастровой стоимости земли в течение года. Пищевая промышленность: бухгалтерский учет и налогообложение", 2013, N 8

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО ВЛИЯНИЯ НА МАСШТАБЫ ТЕНЕВОЙ ЭКОНОМИКИ

Цхададзе Н.В.

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, г.Москва

В экономике любой страны, независимо от типа политической организации, уровня жизни населения и других социально-экономических и политических факторов, присутствует составляющая, не укладывающаяся в сложившиеся и узаконенные представления о норме.

Существование теневых экономических отношений характерно для всех сфер жизнедеятельности человека, они оказывают воздействие на протекание стадий воспроизводственного процесса, формируют «правила игры» на современных рынках. Также теневые отношения активно влияют на процесс модернизации и глобализации и сами видоизменяются под их воздействием. Без учета теневого сектора сегодня практически невозможно осуществлять прогнозирование динамики макроэкономических показателей национальной экономики.

Государственные органы управления в различных странах мира пытаются влиять на масштабы теневой деятельности по-разному: от ужесточения наказания за экономические правонарушения до стимулирования темпов экономического роста и повышения уровня образования своих граждан. Однако, следует подчеркнуть, что для эффективной концентрации и распределения ограниченных ресурсов в современных условиях глобальной рыночной экономики для государственных органов важно иметь достоверную информацию о масштабах и сферах теневой экономики, количестве занятого в ней населения, объемах производства в неформальном секторе, а также о причинах толкающих предприятия к «работе в тени».

Поэтому главная задача государственного регулирования экономической деятельности любого государства в условиях современного рыночного хозяйства состоит в том, чтобы формировать и воплощать правильную государственную экономическую политику, направленную на всесторонний учёт, контроль и регуляцию теневых процессов в государстве, а также выявление причин их возникновения.

Анализ реализуемых в субъектах Российской Федерации программ по борьбе с теневой экономикой дает основания сгруппировать все предусмотренные ими мероприятия в определенные блоки: правовые мероприятия, финансовые и экономические меры, организационные мероприятия.

Четкая правовая регламентация деятельности субъектов общественных отношений во многом определяет поведение таких субъектов в потенциально опасных ситуациях. Так, в частности, установление регламентации и определение ответственности за различные действия теневых характер, в конечном счете, порождает мотивацию чиновников разных уровней, а также физических и юридических лиц, к конкретному поведению.

К мероприятиям правового характера чаще всего относятся: подготовка предложений по изменению федерального охранительного законодательства (Уголовного кодекса РФ, Кодекс РФ об административных правонарушениях); разработка и принятие комплекса законов субъекта по противодействию теневой экономике; разработка и внесение поправок к действующему законодательству субъекта Российской Федерации в целях устранения коррупционных факторов соответствующих нормативных правовых актах.

Распределение и перераспределение экономических и природных ресурсов является важной функцией государственного управления, как на федеральном, так и на региональном уровнях. Теневая экономика, в свою очередь, способствует неэффективному распределению таких ресурсов, которое зачастую направленно на их концентрацию в распоряжении отдельных лиц и коммерческих структур, что может привести к целому комплексу проблем, в том числе росту социальной напряженности в обществе.

В этой связи, финансовые и экономические мероприятия часто включают в себя: совершенствование и укрепление финансового контроля за использованием средств из федерального и региональных бюджетов, в том числе выделяемых по наиболее затратным программам; совершенствование и усиление контроля над финансово-хозяйственной деятельностью и состоянием государственных унитарных предприятий и учреждений субъектов Российской Федерации; создание реестра неплатежеспособных финансово несостоятельных компаний; улучшение контроля за использованием региональной общественной собственности, в том числе взятой в аренду, хозяйственного ведения и оперативного управления; улучшение и усиление контроля над эффективным и целевым использованием кредитов и займов, полученных под гарантии областного правительства; организация экспертизы заявок на размещение государственных заказов клиентов за товары, работы и услуги для государственных нужд, протокол конкурсной комиссии по размещению заказов для рассмотрения заявок на участие в аукционе.

Организационные меры имеют значение в рамках противодействия развитию теневой экономики в сфере государственного управления и представляют собой конкретные меры по управлению, связанные с борьбой с теневой экономикой. К ним относятся: изучение положительного опыта регионов Российской Федерации по борьбе с теневой экономикой, для всестороннего охвата федеральной программой по борьбе с теневой экономикой этих явлений; создание банка данных субъектов хозяйствования независимо от их организационно-правовых форм, участвующих в реализации национальных проектов; широкое развитие и внедрение государственных услуг в форме «одного окна» в соответствии с Федеральным законом Российской Федерации от 27 июля 2010 года № 210-ФЗ «Об организации государственных и муниципальных услуг»; организация государственных закупок на основе современных информационных технологий; создание специализированного консультативного органа по борьбе с теневой экономикой; внедрение механизма удаления определенных видов деятельности за рамки полномочий органов государственной власти по договорам с внешними исполнителями на конкурсной основе (аутсорсинг); создание конкурентной кадрового резерва на замещение вакантных должностей государственной гражданской и муниципальной службы; создание единого регионального банка данных правоохранительных органов по наиболее характерным тенденциям и механизмам, новым направлениям осуществления теневой деятельности, а также о лицах, группах, организациях, попадающих в поле зрения соответствующих органов власти по преступлениям коррупционного характера; обеспечение контроля за соблюдением ограничений государственной гражданской и муниципальной службы, предусмотренных действующим законодательством; разработка административных регламентов государственных услуг; организация анализа избыточных и дублирующих функций органов государственной власти по их ликвидации, а также создание регистра государственных функций; утверждение методик и комплексной системы мониторинга имущественного положения должностных лиц, в том числе на основе анализа деклараций о доходах.

Важно отметить тот факт, что меры по реализации каждого из вышеперечисленных мероприятий должны быть закреплены за определенным исполнителем, который в свою очередь является ответственным за надлежащее осуществление той или иной меры. Также в отношении всех мероприятий должен быть установлен срок его реализации. Таким образом, оценка эффективности реализации программ противодействия теневой экономике осуществляется на основе проведения мер системного мониторинга изменений соответствующих показателей за определенный период времени.

Список литературы

1. Стратегия национальной безопасности Российской Федерации до 2020 года, утвержденная Указом Президента Российской Федерации от 12 мая 2009 г. № 537 (официальный сайт Совета Безопасности Российской Федерации – <http://www.scrf.gov.ru/documents/99.html>).
2. Федеральный закон от 27 июля 2010 г. N 210-ФЗ "Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг".

3. Бокун Н.Ч. Проблемы статистической оценки теневой экономики / Н.Ч. Бокун // Вопросы статистики. – 2010. – № 7. - С. 25-31.
4. Буров В.Ю. Определение масштабов теневой экономики // Вестник-экономист. – 2012. – № 4. – С. 11-19.
5. Доклады ООН compendium of international Legal instruments on corruption, United Nations, New York, 2005. – 117 с.
6. Латов Ю.В. Экономика вне закона. Очерки по теории и истории теневой экономики. М.: МОНФ, 2007. – 281 с.
7. Рзаев И.М. Системный подход к противодействию теневым явлениям в природно-ресурсном комплексе региона // Российское предпринимательство. – 2012. – № 11 (209). – С. 157-162.
8. Чурикова Г.С. Ненаблюдаемая экономика и проблемы статистического учета // Вопросы статистики. – 2010. - №1. – С. 37-42.
9. Цхададзе Н.В. Ахмадеев Д.Р. Неформальная экономическая деятельность: эволюция концепций. //Proceedings: International Scientific Conference «Globalization and Statistics" – Tbilisi: «Universal», 2014.- 504-515..
10. Официальный сайт международной организации по борьбе с коррупцией и исследованию уровня коррупции по всему миру Transparency International // Режим доступа: www.transparency.org.ru

ОСОБЕННОСТИ СТАНОВЛЕНИЯ И РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА В РАЗЛИЧНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМАХ ОБЩЕСТВА

Пискарева Ю.В., к.э.н., доцент Кусков В.М.

Самарский государственный экономический университет, г.Самара

Ключевые слова: малый бизнес, уставный капитал, публичные акционерное общество, непубличное акционерное общество

Аннотация: Рассмотрим состояние малого бизнеса в России и на примере развитых стран и стран с переходной экономикой. Именно на примере этих стран можно проследить зависимость состояния экономики от развития малого бизнеса. И, если в Китае малый бизнес получает поддержку и бурно развивается, то во Франции наоборот, малый бизнес теряет поддержку. Именно малые предприятия, особенно в случае удовлетворительной разработки новой государственной политики в области малого предпринимательства, могут стать основой рыночных структур во многих отраслях, обеспечивая перелив инвестиций в сферы наиболее эффективного приложения ресурсов и тем самым соединить процессы структурной политики и формирование всероссийского рынка.

FEATURES OF FORMATION AND DEVELOPMENT OF SMALL BUSINESS IN DIFFERENT ECONOMIC SYSTEMS OF SOCIETY

Piskareva Y.V., Ph.D., Associate Professor Kuskov V.M.

Samara State University of Economics, g.Samara

Keywords: small business, registered capital, public joint stock company non-public joint-stock company

Annotation: Consider the state of small business in Russia and the example of developed countries and countries with economies in transition. That is the example of these countries can be traced to the dependence of the economy on the development of small businesses. And if a small business in China is supported and booming in France on the contrary, small business is losing support. That's small businesses, especially in the case of a satisfactory development of a new state policy in the field of small business can be the basis of market structures in many industries, providing overflow investments in the most effective application of resources and thus to combine the processes of structural policies and the formation of the all-Russian market.

Уставный капитал обеспечивает функционирование и развитие самостоятельной организации, закрепляет право на долю участка и гарантирует выполнение обязательств перед кредиторами. Уставный капитал формирует общественные отношения, регулируемые правовыми нормами ГК РФ. Уставный капитал является частью имущества организации, его размер устанавливается граничными правовыми нормами и учредительными документами.

Источником его формирования являются только средства учредителей.

Функциями уставного капитала являются:

- формирование части ресурсов и средств производства за счет собственных финансовых ресурсов;
- защита прав кредиторов, обеспечивающая привлечение заемного капитала;
- гарантия выполнения долговых обязательств перед кредиторами;
- предоставление прав учредителям управлять деятельностью организации и получать дивиденды пропорционально доле участника в уставном капитале.

Эти функции обеспечиваются правовыми нормами, требующими сохранения активов организации на конец каждого отчетного года в размере не менее размера уставного капитала, указанного в учредительных документах. Если активы уменьшились до размера, меньшего указанных размеров в учредительных документах, но не менее минимально допустимого правовыми нормами уровня, организация должна уменьшить величину уставного капитала в учредительных документах и уведомить об этом кредиторов. В случае уменьшения активов организации до размера менее допустимого правовыми нормами размера уставного капитала организация ликвидируется¹.

Российские нормы, регламентирующие возможность уменьшения активов более жесткие, чем нормы США, ЕЭС и ряда других стран. Законодательство штатов США в большинстве случаев вообще не требует при регистрации организации наличие уставного капитала. В странах Европы допускается возможность снижения размера активов на конец года до величины, равной 50% уставного капитала, при этом общее собрание участников определяет необходимость корректировки учредительных документов или ликвидации организации. Концепция защиты прав кредиторов в этих странах заключается в том, что функция этой защиты принадлежит не уставному капиталу, а всему имуществу организации. Российская концепция усугубляет положение организаций на этапе спада, т.к. дает право кредиторам именно на этом этапе требовать досрочного исполнения организацией долговых обязательств перед кредиторами, что приводит к несостоятельности организаций².

Таким образом, в развитых странах у уставного капитала отсутствует функция защиты прав кредиторов, и в настоящее время отпадает функция гарантии выполнения обязательств перед кредиторами. Принятие в России правовых норм, увеличивающих минимальный размер уставного капитала, также не практикуется в США, т.к. создает дополнительные трудности для развития основы рыночной экономики – малого бизнеса. В то же время правовые нормы европейских стран, с учетом более высокого, чем в России, уровня жизни и развития малого бизнеса устанавливают более высокий минимальный размер уставного капитала. В России в настоящее время установлен минимальный размер уставного капитала в размере 5000 МРОТ для госпредприятий, 1000 МРОТ для ОАО и муниципальных унитарных предприятий, 100 МРОТ для ЗАО и ООО при величине МРОТ, равной 100 рублей. Для небанковских кредитных организаций минимальный уставный капитал установлен в размере 18 млн. руб., а для банков 180 млн. руб. Для страховых обществ минимальный размер уставного капитала устанавливается в зависимости от видов страховой деятельности и составляет от 25 до 50 тыс. МРОТ.

По мере развития организации размер доли участника в уставном капитале становится мизерным по сравнению с активами организации, но участник российской организации продолжает получать дивиденды пропорционально внесенной доле. Законодательство США ввело норму о распределении дивидендов пропорционально доле не в уставном, а в акционерном капитале. Чем большим пакетом акций владеет участник, тем больше средств он инвестирует в развитие организации, поэтому распределение дивидендов по акционерному капиталу более справедливо.

В странах Европы требования при регистрации акционерных обществ и ООО различны: во Франции при регистрации ООО доли всех учредителей вносятся полностью до регистрации, в Венгрии вносятся до регистрации только 30% уставного капитала.

При вкладе в уставный капитал интеллектуальной собственности организация получает права использования и права собственности на переданный нематериальный актив. В случае нарушения обязательств перед кредиторами интеллектуальная собственность может быть передана кредитору. Оценка переданных в уставный капитал неденежных активов производится по соглашению между учредителями или независимыми экспертами³.

Изменения 2014 года в ГК РФ привели к появлению такой организационно-правовой формы как публичное акционерное общество.

¹ Гражданский кодекс Российской Федерации Часть 1 от 30.11.1994 № 51-ФЗ (действ. ред. от 13.07.2015).

² Е.В. Лысаковская. Проблемы и перспективы государственной поддержки малого и среднего бизнеса // Право и образование, № 5, 2006.

³ Л.Н. Никитина, М.И. Худилайнен. Становление малого бизнеса в России // Инновации, № 9, 2006.

Не будет деления акционерных обществ на открытые и закрытые, им на смену придут публичные и непубличные общества.

Включение в ГК РФ такого института как корпоративный договор является инновацией, так как до этого в гражданском обороте существовало такое понятие как «джентельменское соглашение». Оно отдаленно напоминало корпоративный договор, но по своей сути являлось «проверкой на честность» для многих акционеров АО и участников ООО. Ожидается, что данный корпоративный договор найдет свое применение в современном бизнесе, а также появится судебная практика, которая позволит оценить возможность защиты нарушенных прав субъектов корпоративных отношений.

Вышеуказанные изменения реализуются в рамках Концепции развития гражданского законодательства. При подготовке предложений принималось во внимание, действующее правовое регулирование за рубежом, а именно таких европейских стран как Германия, Великобритания, Франция и т.д.

С уверенностью можно сказать, что настоящие изменения положили начало усовершенствованию действующего законодательства в области гражданского права, а также большему урегулированию корпоративных прав, что позволит вести бизнес более открыто для всех участников корпоративных отношений.

В процессе перехода к новым организационно-правовым формам юридических лиц будут возникать трудности. Так, неизбежно возникнет вопрос о том, как привести в соответствие с законодательством Устав публичного акционерного общества⁴.

Рассмотрим становление малого бизнеса в развитых странах.

Во Франции к категории малых относятся предприятия, на которых трудится менее 50 наемных работников. Число таких предприятий превышает 3 млн. Около 1,5 млн. малых предприятий относится к индивидуальному или семейному бизнесу и обходится вообще без наемного персонала, на 1,2 млн. предприятий трудится менее чем по 10 человек. В стране создана внушительная государственная система стимулирования малого бизнеса. Новые малые предприятия на 2 года освобождаются от налога на акционерные общества и от местных налогов. Для них снижаются подоходный налог и налог с инвестируемой части прибыли. Особую помощь государство оказывает предпринимателям, открывающим свой бизнес в зонах экономического развития. Для таких предпринимателей распространяются скидки и отмены выплат в фонды социального обеспечения (здравоохранения, пенсионного фонда, фонда для многосемейных, в кассу пособий для безработных). Для некоторых, особо требуемых видов бизнеса, предпринимателям выплачиваются подъемные. Для безработных, решивших создать собственный бизнес, создана особая система поддержки бизнеса. Они освобождаются от налогов не на 2, а на 3 года и на год от обязательных выплат в фонды национального страхования. Безработным, ставшим предпринимателями, выдаются специальные книжки, отрывными чеками из которых можно расплачиваться за консультации по менеджменту, юриспруденции, бухгалтерскому учету и т.п. Практически все владельцы малых предприятий могут рассчитывать на получение льготных кредитов.

Государственная программа, поддерживающая малый бизнес во Франции, частных фирм в предкризисный период. Кроме того, малый бизнес стал достаточно конкурентоспособным, т.к. оснащается современным оборудованием, использует новейшие технологии и материалы. Сейчас широкое распространение получили комбинированные предприятия по оказанию услуг. Так небольшой частный магазин может иметь пекарню и кафе, заправка включает маленький магазинчик. Быть бизнесменом во Франции, значит быть уважаемым человеком, особенно в глубинке, где уровень безработицы наиболее высок. Именно во Франции, особенно в глубинке, существуют малые предприятия с многовековой историей, переходящие по наследству из поколения в поколение. Малый бизнес создает во Франции около 50% новых рабочих мест. Это неоценимый вклад в экономику и социальную политику государства. Ведь до 15% трудоспособного населения Франции являются безработными, что является одной из главных проблем государства.

Но в последнее время, особенно после прихода к власти социалистов и, проводимой ими налоговой политики положение малого бизнеса существенно усложнилось. Налоговый пресс сильно ударил по бизнесу во Франции. Количество французских фирм, которые находятся на грани банкротства, бьет все рекорды, отмечают французские источники. В последнее время количество предприятий, которые находятся на пороге банкротства, достигло рекордного уровня. И 90% из этих компаний являются мелкими, то есть количество работников у них меньше 10. Банкротство большого количества частных фирм может больно ударить по стабильности экономики Франции⁵.

Рассмотрим закономерность становления малого бизнеса в странах с переходной экономикой.

⁴ Интегральные показатели развития малого предпринимательства Буев В.В., Мигин С.В., Смирнов Н.В., Шамрай А.А., Шестоперов А.М.

⁵ Ресурсы интернет: Все о малом бизнесе - <http://malbusiness.com/>

Рассматривая бизнес в Китае можно сказать, что существенную роль играет и быстрый рост становления малого бизнеса в различных организационно-правовых формах: партнерства (кооперативы) и ИП.

Испокон веков китайцы считались очень предприимчивым, трудолюбивым и организованным народом. А мелкое кустарное производство развивалось в Китае с древности. Именно с кустарного производства начиналось современное китайское частное предпринимательство. И в последнее время частные предприятия, особенно мелкие, растут как грибы. По данным Государственного комитета статистики КНР в стране насчитывается более 3 млн. малых предприятий и более 32 млн. индивидуальных предпринимателей. Таким образом, предприятия малого бизнеса составляют подавляющее большинство от общего количества предприятий в Китае. Именно малый бизнес считается в Китае ключевым сектором экономики. Именно на предприятиях малого бизнеса трудятся около 60% трудоспособного населения КНР.

Кроме того, малые предприятия являются в Китае двигателем научно-технического прогресса. Именно в этом секторе производится больше всего инноваций, изобретений и технических новинок. Проектные бюро, исследовательские лаборатории, дизайнерские агентства, различные малые предприятия в области новых технологий и программирования производят самую современную продукцию. Для таких компаний созданы многочисленные технопарки, где власти создают для инновационного бизнеса необходимую инфраструктуру. Для многих китайских компаний крупного бизнеса характерен старт именно с малого бизнеса в таких технопарках.

В настоящее время доля малого бизнеса составляет 55% национального производства. Это меньше, чем в странах Евросоюза, но следует учесть, что малый бизнес Китая достиг таких показателей только за последние 32-33 года и с каждым годом все более и более увеличивает свою долю в национальной экономике.

Правительство Китая уделяет развитию малого бизнеса очень большую поддержку. Оно старается различными способами содействовать экономическому росту малого предпринимательства, совершенствуя законодательные акты, направленные на регулирование экономики, налогообложения, улучшения условий кредитования, инвестирования субъектов малого бизнеса. В Китае активно функционируют государственные фонды по поддержке и развитию деятельности малого бизнеса, основная направленность которых заключается в обеспечении гарантийными обязательствами предприятий малого бизнеса, с целью получения банковских кредитов на развитие бизнеса. Одним из самых популярных является Государственный фонд развития малого и среднего предпринимательства, создание которого финансировалось за счет бюджетных средств страны. Данный фонд способствует защите интересов предприятий малого бизнеса, обеспечивает определенные налоговые льготы и дополнительное финансирование. Поддержкой малого предпринимательства также занимается Китайский центр по координации и кооперации бизнеса, основная задача которого заключается в создании специальных условий для сотрудничества китайских и зарубежных организаций по поддержке малого бизнеса. Во многих китайских университетах уже более 15 лет каждый студент может бесплатно прослушать практический курс о том, как начать свое дело. В рамках таких проектов китайские университеты сотрудничают с ведущими американскими университетами. Этот курс дает базовые знания, необходимые для успешного ведения бизнеса.

В последние годы правительство Китая приняло ряд дополнительных мер по развитию малого бизнеса. В качестве меры по стимулированию экономики введены налоговые льготы для малого бизнеса. С 1 августа 2013 заморожен налог на добавленную стоимость и налог с оборота для предприятий малого бизнеса, чей ежемесячный объем продаж не превышает 20 тысяч юаней (приблизительно 3,3 тыс. долларов). По оценкам правительства, от этих льгот выиграют более 6 миллионов малых предприятий, увеличатся доходы и повысится уровень занятости у миллионов китайцев. Новые меры стимулирования предусматривают также упрощение процедуры таможенного оформления, снижение эксплуатационных сборов и облегчение экспорта для малых предприятий.

Как видим, именно малый бизнес создает новые рабочие места в экономике Китая, активно участвует в освоении инновационных технологий. Китайское правительство, в свою очередь уделяет большое внимание развитию малого бизнеса в стране путем совершенствования правового законодательства в области регулирования деятельности и налогообложения малого бизнеса, создания фондов поддержки малого бизнеса, привлечения инвестиций, расширения программ кредитования малого бизнеса.

Список литературы

1. Гражданский кодекс Российской Федерации Часть 1 от 30.11.1994 № 51-ФЗ (действ. ред. от 13.07.2015).
2. Е.В. Лысаковская. Проблемы и перспективы государственной поддержки малого и среднего бизнеса // Право и образование, № 5, 2006.
3. Л.Н. Никитина, М.И. Худилайнен. Становление малого бизнеса в России // Инновации, № 9, 2006.

4. Интегральные показатели развития малого предпринимательства Буев В.В., Мигин С.В., Смирнов Н.В., Шамрай А.А., Шестоперов А.М.
5. Все о малом бизнесе - <http://malbusiness.com/>

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПОЛИТИКИ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ

Козлова М.А.

МГИМО (У) МИД России, г.Москва

В настоящее время в России уделяется большое внимание политике импортозамещения. В условиях экономического кризиса, введения санкций и контрсанкций импортозамещение должно способствовать уменьшению зависимости экономики России от торговли с западными странами, цен на нефть на мировом рынке, должно заложить основу для долгосрочного экономического роста и способствовать уменьшению сырьевой зависимости.

Проведение политики импортозамещения имеет уже давнюю историю. Ещё в 1960 г. Х.Б. Ченери указал на то, что импортозамещение является одним из факторов экономического роста наряду с ростом внутреннего спроса и ростом спроса на экспорт и промежуточную продукцию [3, с. 640]. В 1970 г. Р. Нурксе рекомендовал проведение политики импортозамещения развивающимся странам, испытывающим сложности с экспортом традиционных товаров, как способ избежать экономической стагнации. После Второй мировой войны многие развивающиеся страны сознательно проводили политику импортозамещения, зачастую с привлечением международной и иностранной помощи. Вместе с тем, в последнее время преобладающей в мире становится политика стимулирования экспорта, поэтому ниже в статье делается попытка проанализировать, какие основные преимущества и недостатки политики импортозамещения выделяли экономисты в своих работах в разные годы.

1. Типы импортозамещения

Экономисты различают различные типы импортозамещения. Например, рост отечественного производства, приводящий к частичному вытеснению на рынке страны иностранных товаров отечественными, можно уже считать импортозамещением в абсолютном выражении. А об импортозамещении в относительном выражении можно говорить тогда, когда темпы роста производства в стране превышают темпы роста потребления в стране [9, с. 2].

В.К. Фальцман выделяет три типа импортозамещения [14, с. 120]:

- инновационное импортозамещение, связанное с повышением качества и/или снижением производственных издержек и цены продукции;
- принудительное импортозамещение, часто сопровождаемое потерей качества, ростом цены, увеличением сроков реализации инновационных проектов;
- упреждающее импортозамещение, связанное с возможным ухудшением экономических взаимосвязей с другими странами в будущем.

Здесь можно также отметить, что А.О. Хиршман в 1958 г. выделил 4 основных мотива для проведения импортозамещения: войны, проблемы с платёжным балансом, постепенный рост доходов в стране и сознательная стратегия развития [5, с. 112]. Инновационное импортозамещение обычно является добровольным и может проводиться как сознательная стратегия развития страны или в связи с ростом доходов населения, а принудительное и упреждающее импортозамещение часто бывают вынужденной мерой, связанной с войнами, плохим состоянием платёжного баланса или введением санкций и контрсанкций, что и происходит сейчас в России. Однако интересно отметить, что импортозамещение может быть связано не только с ростом доходов населения, но и с падением доходов в стране. Такой пример в своей статье приводят Р. Бенс и Дж. Ди Джованни, проанализировавшие переключение расходов с отечественных товаров на импортные в Латвии после кризиса 2008-2009 гг. Они пришли к выводу, что на 2/3 переход на потребление отечественных товаров вместо импортных был связан именно с уменьшением доходов в период кризиса, причём переход происходил в сторону использования более дешёвых латвийских товаров [1].

Кроме того, типы импортозамещения можно классифицировать и по тому, как именно оно происходит. В этом случае выделяют:

- прямое импортозамещение, когда иностранные товары заменяются аналогичными отечественными;
- технологическое, или функциональное импортозамещение, при котором вместо иностранных товаров на рынке появляются отечественные аналоги, сделанные из других материалов или по другой технологии

(например, рост производства алюминия в стране вместо ввоза меди или рост производства синтетических волокон вместо ввоза хлопка и шерсти [9, с.5]).

Кроме того, импортозамещение может быть связано и с ввозом иностранных компонентов и сырья и производством в стране товаров вместо ввоза готовой продукции, то есть с локализацией сборки и переносом зависимости от импорта на более низкие технологические уровни. О. Березинская и А. Ведев называют такое импортозамещение стратегическим [12, с. 114] и считают его оптимальным путём для России в настоящее время в тех отраслях, где технологический уровень отечественных предприятий пока уступает западным аналогам.

2. Индикаторы импортозамещения

Ещё один вопрос, которому уделяли внимание экономисты-теоретики, это показатели, которые могут свидетельствовать о наличии импортозамещения и позволяют анализировать, как изменяется ситуация с течением времени.

Для определения наличия импортозамещения в стране может использоваться целый ряд показателей.

1. Снижение отношения $M_2/Y_2 < M_1/Y_1$, где M – стоимостное выражение импорта, а Y – национальный доход.

Недостаток данного способа заключается в том, что это отношение может снижаться за счёт уменьшения импорта, даже если объём внутреннего производства при этом не растёт.

2. Снижение отношения M/S , где M – стоимостное выражение импорта, а S – объём предложения в стране, представляющий собой сумму импорта и внутреннего производства.

Этот показатель также не всегда говорит об успешном импортозамещении, поскольку он может снижаться, если объём производства в стране падает, но величина импорта снижается ещё быстрее. Тем не менее, на практике этот показатель используется достаточно часто.

3. Измерение доли импорта по отношению к общему объёму предложения лежит в основе ещё одного показателя: $(u_0 - u_1)z_1$, где u_0 и u_1 – отношение величины импорта к объёму предложения в базисном и текущем году соответственно, а z_1 – объём предложения в текущем году (импорт + отечественное производство).

4. Ещё один показатель, свидетельствующий об импортозамещении, - степень самообеспеченности, которая рассчитывается, как отношение внутреннего производства к общей величине предложения (импорт + производства) в процентах, или $P/(M+P)$. Рост степени самообеспеченности может служить показателем импортозамещения.

5. В сфере производства можно использовать также показатель производственной зависимости от импорта, который рассчитывается как доля импорта в расходах предприятий на сырьё, материалы, покупные полуфабрикаты и комплектующие изделия для производства и продажи продукции. Правда, этот показатель при проведении политики импортозамещения может как снижаться, так и повышаться. Например, при стратегическом импортозамещении, о котором речь шла выше, может ввозиться больше иностранного сырья, зато меньше иностранной готовой продукции, а сборка переносится в страну.

Кроме того, П.Б. Кларк считал, что лучшими показателями успешности политики импортозамещения являются более высокие темпы экономического роста, стабильные цены, повышение потребления на душу населения, снижение безработицы, повышение производительности факторов производства и улучшение платёжного баланса.

3. Преимущества политики импортозамещения.

В 1960-е гг. многие развивающиеся страны применяли политику импортозамещения в качестве сознательной стратегии своего развития, и на первом этапе эта политика оказалась достаточно эффективной. Рассмотрим основные аргументы, которые экономисты-теоретики приводили в защиту проведения импортозамещения.

1) Создание базы для устойчивого экономического роста в стране, формирование лидирующих секторов в экономике, способных стать локомотивом экономического роста в стране.

Поскольку спрос на традиционные товары, которые производили в развивающихся странах, рос менее динамично, чем спрос на высокотехнологичную продукцию, поставляемую развитыми странами, а цены на высокотехнологичную продукцию росли быстрее из-за большей производительности и большей эластичности по доходу в этих отраслях [6], то развитие импортозамещающего производства в развитых странах представлялось как единственная альтернатива всё большему отставанию от мировых лидеров. Введение тарифов на импорт должно было запустить следующую цепочку: «сокращение импорта – рост сбережений – реинвестирование в отечественное производство – повышение производительности – рост прибыли отечественных фирм». Политика импортозамещения обычно направлена на развитие промышленности, а не традиционных отраслей, что ведёт к получению более высокой прибыли и росту производительности. Кроме того, импортозамещающие отрасли

обычно также получали поддержку от государства в форме субсидий, льготных условий, что должно было способствовать расширению производства и получению экономии от масштаба и снижению издержек.

2) Распространение положительного эффекта на другие отрасли.

Создание издержек в лидирующем секторе должно было сопровождаться также положительными экстерналиями для связанных с ним отраслей и распространением эффекта от снижения издержек по всей производственной цепочке. Например, снижение издержек у поставщика сырья ведёт к снижению издержек и у производителя промежуточной продукции, и у производителя готовых изделий. Кроме того, расширение производства способствует и росту занятости населения.

3) Снижение зависимости от развитых стран, уход от моноспециализации.

В ситуации, когда доходы от экспортных товаров падают из-за падения цен на них (что актуально и для России в настоящее время в связи с падением цен на нефть), стране важно создать внутреннее производство, обеспечивающее постоянный доход и защиту от изменения ситуации на мировом рынке. Для развития собственного производства государство часто вводит при этом протекционистские меры, особенно в отношении молодых компаний, ещё не способных конкурировать с иностранными компаниями. При этом для запуска процесса импортозамещения повышения тарифов на импорт может оказаться достаточно, поскольку местным производителям при росте тарифов на импорт выгоднее производить аналогичную продукцию, на которую уже сформирован спрос, чем создавать новые рынки для своих товаров ^[4, с. 21].

4) Улучшение платёжного баланса.

При проведении импортозамещения не тратится иностранная валюта, что способствует уменьшению дефицита платёжного баланса, который наблюдался во многих развивающихся странах, принимавших решение о проведении политики импортозамещения. Сокращение импорта должно сократить спрос на иностранную валюту и привести к росту курса отечественной валюты, однако для России в настоящее время это не актуально.

В России сейчас наибольшее значение при проведении политики импортозамещения имеют первый и третий пункты – сокращение зависимости от западных стран и создание собственной производственной базы в ряде промышленных отраслей.

4. Недостатки политики импортозамещения.

Наряду с преимуществами политики импортозамещения многие экономисты указывали и на недостатки этой политики, в том числе по сравнению с альтернативной стратегией – стимулированием экспорта, поскольку именно эта стратегия стала использоваться некоторыми странами уже в середины 1960-х годов. Рассмотрим основные аргументы критиков политики импортозамещения.

1) Падение качества и рост издержек.

В то время как сторонники политики импортозамещения считали, что эффект масштаба позволит сократить издержки, противники этой политики, напротив, обращали внимание на то, что протекционизм и введение тарифов на импорт, напротив, ведут к неэффективности производства в стране и росту издержек относительно мирового уровня. При этом по мировым ценам предельная производительность факторов производства оказывалась отрицательной, что свидетельствовало о неэффективности производства, а отсутствие конкуренции вело к снижению качества.

2) Замедление темпов экономического роста после первоначального эффекта от проведения политики импортозамещения.

Для России этот фактор тоже имеет значение, поскольку успех импортозамещения в 1999-2001 гг. был в значительной мере связан с наличием большого количества свободных производственных мощностей. А уже в первом квартале 2014 г. их загрузка достигала 76 %, а загрузка рабочей силы – 76 % [11, с. 32], так что возможности для экстенсивного роста были уже в значительной степени исчерпаны. В такой ситуации политика импортозамещения может успешно развиваться дальше только при повышении конкурентоспособности выпускаемой продукции, улучшении качества управления и повышении производительности.

3) Развитие отдельных отраслей в ущерб другим.

Х. Дж. Джонсон указал на то, что при государственной поддержке импортозамещающих отраслей ресурсы начинают перетекать в эти отрасли из других [7, с. 25]. Это явление можно сравнить с «голландской болезнью», вызванной открытием месторождений полезных ископаемых или ростом цен на экспорт продукции добывающих отраслей. Кроме того, некоторые экономисты отмечали, что политика импортозамещения обычно оказывается успешнее в отношении потребительских товаров, в то время как производственная зависимость может даже возрастать.

4) Политика импортозамещения препятствует проведению политики стимулирования экспорта.

В докладе Всемирного Банка от 2006 г. об агентствах по стимулированию экспорта указывается, что причину неудачи первых таких агентств связывали как раз с проводившейся в то время политикой

импортозамещения [8, с.2]. Как уже говорилось выше, политика импортозамещения проводилась, в том числе, для решения проблемы с платёжным балансом, что вело не только к сокращению его дефицита, но и к росту курса отечественной валюты, а это уже препятствовало экспорту. Кроме того, импортозамещение могло вести к отставанию отечественных компаний от иностранных конкурентов по качеству и цене продукции, что в дальнейшем препятствовало их выходу на международный рынок и включению в международную торговлю.

Поскольку в России в настоящее время курс рубля, наоборот, падает, а политика импортозамещения является в значительной степени вынужденной, то одновременно с поддержкой отечественных отраслей целесообразно и развитие экономических связей с новыми экономическими партнёрами в Азии, Латинской Америке, поддержка отечественных экспортёров через специализированное агентство, предоставляющее информацию о торговых возможностях на зарубежных рынках, техническую и финансовую поддержку отечественным экспортёрам.

Список литературы

1. Bens R., Di Giovanni, J. Income-induced expenditure switching: supermarket scanner data evidence from the 2008-2009 crisis in Latvia // www.voxeu.org/article/income-induced-expenditure-switching-evidence-latvia
2. Bharat-Ram V. Towards a Theory of Import Substitution, Exchange Rates and Economic Development, Delhi, Oxford University Press, Bombay, Calcutta, Madras, 1987
3. Chenery H.B. Patterns of Industrial Growth, American Economic Review, September, 1960
4. Clark P.B. Planning Import Substitution, North-Holland Publishing Company, Amsterdam, London, 1970
5. Hirschman A.O. The Strategy of Economic Development, Yale-University Press, 1958
6. Jayanthakumaran K. Industrialisation: Import Substitution to Export Promotion, University of Wollongong Research Online, 2000 // <http://ro.uow.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=1029&context=commwkpapers>
7. Johnson H.G. International Trade and Economic Growth: Studies in Pure Theory, Cambridge, Massachusetts, 1958
8. Lederman D., Olarreaga M., Payton L. Export Promotion Agencies. What Works and What Doesn't. The World Bank. Latin America and the Caribbean Region. Office of the Regional Chief Economist. November 2006
9. Leela P. Import Substitution and Economic Efficiency (a microlevel study), Himalaya Publishing House, 1984
10. Nurkse R. Patterns of Trade and Development, Wicksell Lectures, 1959
11. Афонцев С. Выход из кризиса в условиях санкций: миссия невыполнима? Вопросы экономики, 2015 г., № 4, сс. 20-36
12. Березинская О., Ведев А. Производственная зависимость российской промышленности от импорта и механизм стратегического импортозамещения, Вопросы экономики, 2015, № 1, сс. 103-115
13. Фальцман В. Диверсификация российской экономики, Вопросы экономики, 2015, № 5, сс. 48-62
14. Фальцман В. Импортозамещение в ТЭК и ОПК, Вопросы экономики, 2015, № 1, сс. 116-124

СЕКЦИЯ №2.

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НАРОДНЫМ ХОЗЯЙСТВОМ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.05)

АСПЕКТЫ ИНДУСТРИАЛИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ РЕГИОНА

Ябжанова Т.Г.

Восточно-Сибирский государственный университет технологий и управления, г. Улан-Удэ

Аннотация: В статье рассматриваются аспекты индустриализации экономики региона. Обоснован процесс перехода к новым технологиям. В результате работы автором была предложена процедура реиндустриализации, позволяющая наращивать потенциалы в разных секторах экономики региона, задействуя промышленный, диверсификационный и диффузный потенциалы развития экономики.

Ключевые слова: региональная экономика, промышленность, индустриализация, реиндустриализация, индустриальный потенциал, промышленный потенциал.

Промышленность в любой экономике играет ключевую роль для создания сильной диверсифицированной и устойчивой модели роста. Это важнейший источник рабочих мест, инвестиций, инноваций и квалифицированных кадров [3].

В настоящее время новая индустриализация требует новой идеологической базы. Она возможна только в условиях обеспечения баланса интересов государства, общества и бизнеса, формирования действительно честной и эффективной экономики, социальной и экономической ответственности, экономического патриотизма.

В связи с проводимыми реформами в России общество приближается к критической черте по показателям экономической безопасности, сопровождающиеся деградацией научно-технического потенциала. С целью решения дальнейшего развития экономики все больше внимания требуют научные исследования социально-экономических проблем предыдущих периодов. Различные экономические изменения различны в каждом регионе, Выстраивание новой индустриализации невозможно без реального опыта индустриального развития экономики. При этом, должны быть исследованы, как и положительные, так и отрицательные аспекты индустриализации экономики региона.

Республика Бурятия традиционно обладает достаточно высоким промышленным потенциалом. В рамках территориального разделения труда в республике были сформированы агропромышленный, машиностроительный, лесоперерабатывающий и горнорудный комплексы, достаточно развитие получила легкая промышленность. Большая часть промышленного потенциала задействована и сейчас.

Промышленность является базовым сектором экономики региона. В Республики Бурятия в 2015 году производством промышленной продукции занимается около 1700 организаций. При этом основной производственный потенциал образуют более 100 крупных и средних предприятий. Доля промышленности в валовом региональном продукте составляет 27%, в налоговых поступлениях в консолидированный бюджет республики - 30% (это 6,4 млрд. руб.), в среднесписочной численности предприятий и организаций - 22% (это 52 тыс. чел).

В республике проводится комплекс мероприятий по импортозамещению и технологической модернизации. Правительством разработана "дорожная карта" по увеличению выпуска импортозамещающей продукции в Бурятии на основе действующих и организации новых производств.

Однако, несмотря на положительные аспекты индустриализации экономика Бурятии, как и все регионы России, нуждается в технологическом прорыве. Общая экономическая нестабильность задает условия для формирования новой экономической системы региона, адаптированной к изменениям.

В сложившихся условиях важнейшими задачами экономической политики должны стать определение перспективных направлений развития производительных сил, поиск и разработка механизмов повышения эффективности использования ресурсов региона.

Министр промышленности и торговли РБ Унгаев А.А. выделил, что основными направлениями импортозамещающей промышленной политики являются три группы промышленности [4]:

1. крупные предприятия, продукция которых ориентирована на мировой и национальные рынки, - сказал он;
2. предприятия, ориентированные на местный рынок и рынки соседних регионов.
3. сектор малого предпринимательства, формирующий местную промышленность.

Бурятии необходима индустриализация не только в виде поддержки отдельных предприятий и производств, но и в виде модернизации и инновационного развития отраслей региона. При такой направленности главной доминантой становится технология. Коренные изменения в технологии предполагают не только чрезвычайно быстрый рост новых отраслей, но и значительно более длительный период омоложения традиционных отраслей, точнее, тех из них, которые нашли способы применения новых технологий и внесли требуемые изменения в организацию и управление [5].

Процесс перехода от старых технологий к новым достаточно сложный и социально болезненный, требует интерактивного социально-экономического управления. Новая индустриализация или реиндустриализация затрагивает не только отдельные производства и отрасли, но и отражается на всей системе региональной экономики, регулируя все происходящие экономические и социальные процессы [5].

По мнению автора, процедура реиндустриализации экономики региона будет заключаться в последовательном включении секторов экономики в индустриальный способ производства и наращиванию всех трех составляющих индустриального потенциала (Рисунок 1).



Рис.1. Процедура реиндустриализации экономики региона

Процедура реиндустриализации экономики региона, по мнению автора, основана на оценке возможности трансфера факторов индустриализации в секторах экономики региона.

Автор выделяет следующие группы факторов, отражающих близость субъекта к индустриальному способу производства:

- применение принципов рациональной организации производства (специализация, кооперация, пропорциональность, ритмичность, непрерывность, автоматизация, унификация, гибкость и др.);
- высокие технико-экономические характеристики (добавленная стоимость, производительность, фондоотдача, рентабельность, масштаб выпуска продукции и др.);
- применение современных систем менеджмента (бережливое производство, управление системами качества, автоматизированное проектирование и управление производством и др.);
- интеллектуалоемкость производства (инновационные продукты и технологии, запатентованные разработки и др.);
- рыночная позиция (конкурентоспособность, прогнозируемый спрос, доля рынка и др.).

Таким образом, основными направлениями реиндустриализации являются промышленный, диверсификационный и диффузионный потенциалы. Все эти направления вытекают из аспектов необходимости индустриализации экономики региона. Эффективное социально-экономическое развитие зависит от рационального управления экономических и социальных ресурсов тесно взаимосвязанных через экономическую систему секторов экономики региона.

Исследовав аспекты индустриализации экономики региона, автор делает вывод о необходимости реиндустриализации экономики, основанной на создании новой инновационно активной промышленности и модернизацию существующих мощностей региона разных секторов экономики. При этом, должны учитываться региональные особенности и потенциалы развития экономики региона.

Список литературы

1. Беломестнов В.Г. Инновационное развитие региона // Известия Иркутской государственной экономической академии (Байкальский государственный университет экономики и права). 2011. № 2. С. 15.
2. Булатова Н.Н. Стратегические аспекты регионального развития // Известия ИГЭА (Байкальский государственный университет экономики и права), Электронный журнал. 2011. № 2. С. 16.
3. Горшков В.Г., Вопросы промышленной инвестиционной политики: макроэкономический и региональный аспекты // Вестник Алтайской академии экономики и права, 2014, №3 (35), 35-39с.
4. Мониторинг СМИ по итогам круглого стола. Бурятия, 21.10.2014, Бурятия способна выдержать западные санкции. url: <http://monitoringntr.ru/activities/detail.php?ID=62>.

5. Романова О.А. Стратегический вектор экономической динамики индустриального региона // Экономика региона, №1, 2014.

ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ПРОЦЕСС В УСЛОВИЯХ СТАГФЛЯЦИИ В РОССИИ

Мошкин И.В.

Южный федеральный университет, г.Ростов-на-Дону

Проблемы, затрагиваемые в настоящей статье, регулярно поднимаются в экономической науке. Сильвио Гезель, выдающийся немецкий экономист, сформулировал их более ста лет назад. Вопрос денег и нашего отношения к ним затрагивает всех. Нарастающая нестабильность во внешней среде, быстрое изменение предпочтений потребителей, рост конкуренции за ресурсы, глобализация и локализация компаний, достижения научно-технического прогресса, развитие информационных и коммуникационных сетей и технологий, массовая доступность современных технологий, трансформация профессий, а также ряд других причин привели к росту значения управления инвестиционным процессом.

Быстрый экономический рост последних десятилетий был нормой для мировой экономики. В том числе и для России, которая стала восьмой по величине экономикой в мире. Рост производительности труда, качества и уровня образования, технологический прогресс, а также высокий уровень добычи полезных ископаемых были основными источниками экономического роста, что явилось одновременно причиной и следствием социально-экономического благосостояния.

За последние 25 лет Россия прошла сложный путь по формированию нового хозяйственного уклада. Произошел переход от преимущественного доминирования государственного предпринимательства к государству, в котором создана и применяются нормативно-правая база ведения предпринимательской деятельности, работает инфраструктура поддержки предпринимательства, на функционирование которой направляется ежегодно возрастающий объем финансовых ресурсов. В 2014 г. этот объем средств превысил 21,5 млрд. руб.

В настоящее время существует трудности привлечения внешних инвестиций в Россию. Например, к аналогичному выводу приходят эксперты Political Risk Atlas. Россия в рейтинге 196 стран занимает 10 место по уровню рискованности инвестиций. Место других развивающихся стран по БРИКС в рейтинге существенно ниже: Индия — на 26, Китай — на 62, Бразилия только на 94. По данным Росстата, в 2010 году накопленный иностранный капитал в экономике России составил 300,1 млрд. долл., что на 11,9% больше по сравнению с предыдущим годом. Наибольший удельный вес в накопленном иностранном капитале приходился на прочие инвестиции, осуществляемые на возвратной основе - 58,3% (на конец 2009 г. - 55,5%), доля прямых инвестиций составила 38,7% (40,7%), портфельных - 3,0% (3,8%).

Формирование новой экономической системы России сопровождается модернизационными изменениями общественного процесса воспроизводства и становлением механизмов хозяйствования. В инвестиционной сфере это связано с созданием и развитием механизма аккумуляции стоимости валового внутреннего продукта [1, 3], не использованной в конечном потреблении, и превращения ее в инвестиции. В связи с этим, выделение проблемы трансформации сбережений в инвестиции и эффективность управления ими приобретает особую актуальность и значимость.

В настоящее время в России возрастает роль домашних хозяйств, которые представляют собой значимый институт по генерации инвестиционных ресурсов, т.к. их доля в общем объеме внутренних инвестиционных ресурсов страны составляет более 20%. Источником инвестиций для домашних хозяйств выступают свободные денежные средства, приобретающие форму сбережений. Сбережения населения как один из важнейших факторов воспроизводства ВВП, подчеркивает необходимость обеспечения экономического взаимодействия основных хозяйствующих субъектов переходной экономики для достижения максимальной вовлеченности сберегательных ресурсов населения в инвестиционный процесс. С позиции макроэкономической стабилизации, накопленные в экономике сбережения должны как можно быстрее превращаться в инвестиции ($C + I = S + C$ или $I = S$), а не покидать денежный оборот.

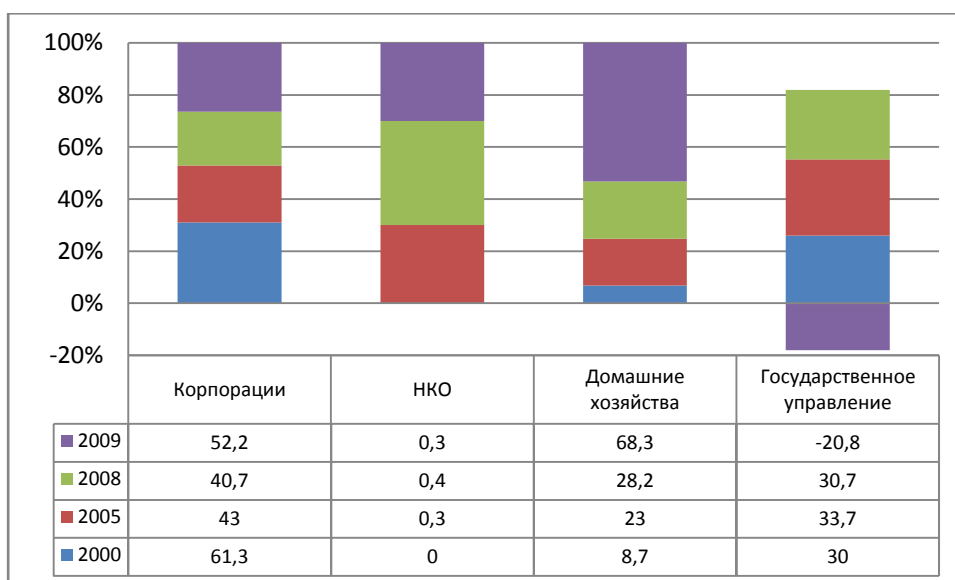


Рис.1. Структура инвестиционных ресурсов по институциональным секторам в РФ [2]

Отрицательные данные свидетельствуют о превышении стоимости капитальных трансферов, переданных государственным управлением другим секторам экономики, над его сбережением.

Всю совокупность сберегательных институтов традиционно подразделяют на две группы [3]:

- 1) сберегательные институты банковской системы;
- 2) прочие сберегательные институты.

Наиболее распространённым сберегательным институтом среди физических лиц практически во всех экономически развитых странах мира, а также и в России, являются коммерческие сберегательные банки. Так, в России депозиты физических лиц от всех депозитов составляют 56,39% (Собственно автором на основе данных Бюллетени банковской статистики ЦБ РФ. 2010. N 1). В странах с развитой экономикой эти данные составляют соответственно: во Франции - 76%, в Великобритании - 52%; в Японии - 64%; в США - 67%. Тогда получаем, что мобилизация денежных средств населения является объективно одной из ключевых функций банков.

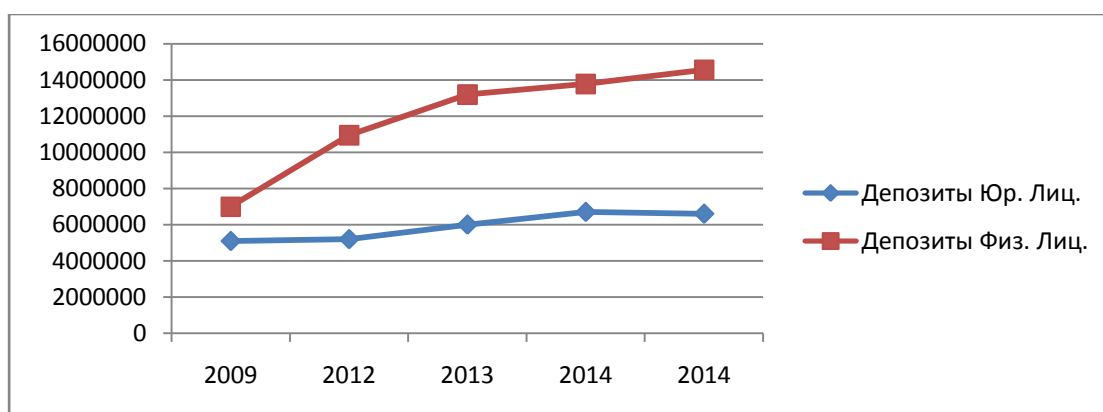


Рис.2. Привлеченные банками средства, млн. руб. (составлено автором в процессе исследования по данным Банка России, 2015)

Проанализируем проблемы институционально характера трансформации сбережений в инвестиции на примере институтов банковской системы России. В соответствии с Рисунком 2 последние наблюдается рост депозитов физических лиц и юридических лиц. Такой процесс связан с введением государственных гарантий, которые выступают вспомогательным инструментом снижения рисков для частных вкладчиков (вклады до 1400 тыс. рублей предполагается компенсировать полностью). Кроме того, в условиях экономической нестабильности и санкций, когда потребность в ликвидности особенно высока, а инвестиционные риски достигли своих экстремумов, ставки по депозитам имеют тенденцию к росту, что призвано привлечь дополнительных вкладчиков. Низкая экономическая культура населения обусловлена экономией на издержках познавательного процесса. Так, многие вкладчики реализуют банкам свои сбережения на невыгодных для самих себя условиях, предпочитая не заниматься поиском и освоением информации об альтернативных способах инвестирования.

При этом банковский сектор характеризуется факторами, которые сдерживают инвестиционный процесс:

- отсутствие в ресурсной базе банковского сектора баланса, как по срокам, так и по стоимости - вносит дисбаланс в соотношение «затраты – результат»;
- высокие процентные ставки по выдаваемым банками кредитам тормозят процесс использования «свободных» средств, привлечённых банками;
- возрастание кредитных рисков в условиях непрозрачности структуры собственности, усугубляющихся кризисными явлениями в мировой экономике и низким уровнем риск-менеджмента в России.

В современных российских условиях, когда права собственности плохо специфицированы, потенциальная величина трансакционных издержек сильно возрастает за счёт потенциального увеличения издержек оппортунистического поведения. Таким образом, процесс инвестирования сопровождается большим риском. Однако противоречит законам экономической теории, ставка процента, получаемая собственником капитала, не является соизмеримой платой за тот риск, который несёт вкладчик.

Получается, что «инвестиционная проблема» России заключается в эффективности процесса трансформации сбережений в инвестиции, а не в дефиците самих сбережений (как у многих развивающихся стран), т.к. удельный вес валового сбережения в ВВП в России носит стабильный характер.

Доклад Мирового банка, согласованный с МВФ, положил конец дебатам об оценках мировой динамики: среднемировой рост ВВП в 2014 г. составил 2,6%, а прогноз на 2015 г. — 3%. Прогноз Института экономической политики им. Е.Т. Гайдара (ИЭП) предсказывает падение ВВП России на 6,8%, что дает траекторию снижения, близкую к 2009 году (8% снижения). Мировой банк дает оценку спада до -4,6%. Оценки Минэкономразвития России в марте-апреле 2015 г. стали несколько оптимистичнее (-2,8% ВВП).

В настоящее время сохраняющаяся неопределенность мировой экономики: новые проблемы в странах Евросоюза, долг США и т. д. вызывает рост рисков, а потому некоторые развивающиеся рынки, в том числе и Россия, перестают быть привлекательными.

После перехода от административно-командной экономической системы к рыночной в России ещё не сформировался рациональный децентрализованный механизм трансформации сбережений в инвестиции. Во многом это связано с отсутствием адекватной системы как формальных, так и неформальных рыночных институтов. Дуглас Норт выделял следующие причины [5] того, что институты так плохо переносятся из одной страны в другую: зависимость от траектории предшествующего развития; формальные институты имеют сложную иерархическую структуру; формальные институты более высокого порядка сложнее изменить; при изменении формальных институтов не меняются неформальные.

Таким образом, в России имеются достаточные внутренние источники финансовых ресурсов для решения инвестиционной проблемы и достижения стабильных темпов интенсивного роста. Проблема сводится к оптимизации использования этого потенциала путём создания соответствующей институциональной системы, учитывающей траекторию предшествующего развития и способной максимально снизить трансакционные издержки инвестиционного процесса.

Список литературы

1. Ибатуллин, Н.Ф. Теоретические основы исследования трансформации сбережений в инвестиции / Н.Ф. Ибатуллин // Сегодня и завтра российской экономики, М.: Экономическое обозрение, 2010, С.97-100.
2. Инвестиции в России—2011 г. (2011). М.: Федеральная служба государственной статистики.
3. Белкин, В. Г., Кузнецова, В. Г. Особенности движения денег в современной экономике / В.Г. Белкин, В.Г. Кузнецова // Финансы и кредит. 2006. N 13. С. 6.
4. Мошкин, И.В., Домрачева, А.В. Управление развитие депрессивных территорий /И.В. Мошкин, А.В. Домрачева // Сучасні проблеми державного та муніципального управління, Киев, 2015, С. 55-57.
5. Норт, Д. Вклад неинституционализма в понимание проблем переходной экономики [Электронный ресурс] <http://www.socintegrum.ru/North.html>

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МОБИЛЬНЫХ МЕДИА КАК ИННОВАЦИОННЫЙ СПОСОБ ПОЛУЧЕНИЯ ДОХОДА СРЕДСТВАМИ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

Борисова С.Г., Бирюков В.А.

Московский государственный университет печати имени Ивана Федорова

Основная конкуренция в медиаиндустрии в настоящее время разворачивается по поиску инновационных способов получения дохода, связанных с процессами преобразования «сырого» контента в информационный продукт и доставки его широкой аудитории.

В середине 2014 года в Великобритании вышел доклад «Цифровой медиаландшафт Европы к 2020 году: Будущее «бумажных» СМИ и издательств», подготовленный экспертами авторитетной британской отраслевой организации «UK Stationers Livery Company». Его лейтмотив сводится к фразе: «Бумага никогда не умрет и не исчезнет, потому что возьмет самое лучшее и сильное у «цифры». В документе обозначены 7 главных направлений развития мировых медиа (Mega-Trends), которые, по мнению авторов, и представляют сегодня 7 главных вызовов для издателей газет, журналов, книг и связанных с ними производств [1]:

1. Развитие мобильных технологий обязывает производителей контента делать его доступным для потребителя практически в любой точке планеты.

2. Развитие социальных медиа (социальных сетей) привело к тому, что практически для всех потребителей, пользующихся мобильным Интернетом, они стали необходимым и постоянным атрибутом ежедневной жизни, чем дали традиционным медиа прекрасный повод расширить свое влияние.

3. Персонализация и фрагментация информации – предоставление данных по запросу конкретного пользователя всё больше превращается в серьезную и многообещающую тенденцию.

4. Цифровой «плавильный котел» – проникновение «цифровых» технологий в процесс создания и распространения газет, журналов и книг создает для отрасли необыкновенно радужные перспективы.

5. Размытие привычных границ между печатными и другими видами медиа привело к тому, что четкое разделение границ между ними исчезло безвозвратно.

6. Осознайте новую данность – потребитель хочет все и сразу, поэтому не разочаровывайте его.

7. Второстепенных вопросов больше не существует, все звенья цепочки от создания медийного продукта до доставки его потребителю одинаково важны.

Таким образом, мобилизация СМИ является одной из ключевых тенденций их развития. В связи с этим одним из инновационных способов получения доходов СМИ является использование ими мобильных медиа. Сегодня практически все средства массовой информации испытывают на себе сильное влияние мобильной телефонии, которая еще стремительнее, чем персональные компьютеры и Интернет, ворвалась в повседневную жизнь людей. Классические газеты и журналы, пытаясь удержаться на плаву в ритме современного мира, пришли сначала в стационарный Интернет, а затем и в мобильный, трансформировав печатные версии в высокотехнологичные электронные газеты формата мобильного устройства [2].

Мобильное издание – это адаптированное для использования на мобильном устройстве средство массовой информации, структурированное по принципу классического печатного издания, выполняющее те же функции, но обладающее большими возможностями: высоким уровнем оперативности и интерактивности, а также предлагающее аудитории различные варианты получения информации и позволяющее влиять на контент [3].

Мобильные газеты как сегмент системы СМИ представляют особый интерес, поскольку именно они позволяют современному читателю не ограничиваться ролью пассивного потребителя контента. Читательская аудитория имеет возможность активно включаться в процесс производства информации. Благодаря техническим особенностям мобильных газет, читатель может выбирать интересующую его информацию в текстовой, звуковой, визуальной или мультимедийной форме, и оперативно реагировать на нее. Контент мобильных газет хорошо структурирован, благодаря работе поисковых машин и RSS-рассылок легок в обработке и всегда доступен.

Существует несколько видов мобильных газет: мобильные версии печатных изданий и собственно мобильные издания.

Доступ к мобильным газетам осуществляется тремя путями:

- при помощи специальной программы для скачивания;
- путем получения SMS;
- чтение газет при помощи минибраузеров.

Особенно стоит отметить, что благодаря технологическим возможностям мобильное информационное пространство постепенно стирает географические границы. И если стационарный Интернет учитывает место пребывания абонента, предлагая новости на родном языке, или регулирует доступ к различной информации в связи с географическими ограничениями, то мобильный интернет, а соответственно, и мобильные издания предлагают аудитории неограниченные возможности мирового информационного поля.

Классический вариант мобильной версии печатного издания знакомит читателей с подборкой актуальных новостей, выложенных на главной странице мобильного сайта.

Обновления сайтов в основном происходят каждые десять минут, что, конечно же, является неоспоримым плюсом мобильной версии.

Статьи в основных разделах содержат небольшую вводную информацию под заголовком, чтобы читатель смог определить, насколько интересен ему для прочтения данный материал. Большие тексты разбиты на несколько страниц, и в конце каждой статьи приводится подборка других материалов на эту же тему.

Особенно стоит отметить возможности предлагаемых сервисов-настроек. Пользователь может выбрать, интересующие его темы, и мобильная версия подстроится под предпочтения читателя. Также, скачивая необходимую программу с электронной версии газеты, подписчик сможет получать свежий номер в виде смс- и ммс-сообщений, что является несомненным преимуществом, поскольку для ознакомления со свежим номером у пользователя отпадает необходимость выходить в сеть.

Структура собственно мобильных газет выстроена по принципу мозаики. Каждый отдельный пользователь может выбирать необходимый набор функций и выкраивать мобильную газету по своему вкусу. Соединяясь со страничкой пользователя в Google, а также опираясь на информацию из источников RSS-каналов, мобильная газета предлагает читателю подборку интересующих его новостей. Пользователь может быть в курсе событий по заданным темам 24 часа в сутки. Особенно примечательно то, что читатель может не только видеть новостную подборку, комментарии, мнения, но и сам давать оценку происходящим событиям, ведя блог или просто комментируя новость, а также воспользоваться возможностью режиссуры минифильмов или телевизионных минипрограмм по тем или иным темам, и проведения видеоконференций.

Поскольку мобильные газеты были разработаны непосредственно для мобильного интерфейса, пользователь может просмотреть полностью 12 новостей, не перелистывая страницы, что является почти невозможным у мобильных версий обычных газет. Более 200 статей загружаются мгновенно, при открытии газеты, пользователю не нужно ждать дополнительных загрузок.

Неуклонно растущее количество абонентов и подписчиков мобильных газет на сегодняшний день дает возможность предположить, что в ближайшее время мобильная пресса будет активно развиваться, рождая неординарные, интересные проекты. Уже сейчас каждый желающий может попробовать себя в качестве журналиста, не владея профессиональными навыками, но умея использовать мобильное устройство.

Было бы ошибкой полагать, что мобилизация медиареальности означает конец классических медиа. Скорее телевидение и радио, с одной стороны, и компьютеризированные медиа, с другой, будут мирно сосуществовать друг с другом, взаимно друг друга дополняя.

Список литературы

1. Российская периодическая печать: состояние, тенденции и перспективы развития (отраслевой доклад, 2015) [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.fapmc.ru/rospechat/activities/reports/2015/pechat/main/custom/0/0/file.pdf> свободный. Дата обращения 22.07.2015.
2. Бирюков В.А. Контент-инжиниринг как инновационный инструмент получения дохода средствами массовой информации // Известия высших учебных заведений: Проблемы полиграфии и издательского дела. – 2015. – № 2. – С. 111-119.
3. Москвина Ж.О. Мобильные газеты как сегмент системы СМИ стран западной Европы [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.journ.msu.ru/downloads/2013/_Москвина%20Ж.О.%2028.04.pdf свободный. Дата обращения 22.07.2015.

ОБ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЯХ

Евдокимова М.К.

ФБОУ ВПО Санкт-Петербургский государственный торгово-экономический университет, г. Санкт-Петербург

Аннотация: в статье рассмотрены особенности концепций институциональных изменений, подчеркнута взаимосвязь технологических и институциональных изменений, осуществлена попытка выявления закономерности институциональных изменений, а также определения основных факторов, влияющих на институциональные изменения.

Ключевые слова: технологические изменения, институциональные изменения, экономический рост, эффективность.

Summary: the article reviews the peculiarities of institutional change conceptions, underlines interrelation of technological and institutional changes, attempts to detect consistent patterns of institutional changes and identify main factors influencing the institutional changes.

Keywords: technological changes, institutional changes, economic growth, efficiency.

В современном мире экономический рост предполагает постоянный поступательный цикл изменений – технологических и институциональных, поскольку каждый из обозначенный пластов имеет свой предел – технологические изменения меняют структуру экономики, создавая предпосылки для отмирания устаревших институтов и создания новых структур, которые, в свою очередь, необходимы для последующего создания и развития технологических инноваций.

Технологические изменения имеют определенную закономерность – развитие технических систем осуществляется поступательно, поэтапно, в редких случаях совершенствование системы «перескакивает» необходимые ступени, и, как правило, это возникает вследствие использования достижений одной отрасли в другой, когда адаптация не вносит коренных изменений в заимствованную технологию [7].

Что касается «институциональных изменений», то единый подход к определению данной дефиниции отсутствует, и большой объем работ по институциональной экономике не позволяет однозначно трактовать закономерности возникновения или развития данного феномена, что в свою очередь, дает возможность с разных сторон подойти, как к их определению, так и к их классификации для создания предпосылок к формированию эффективных институциональных изменений.

Одна из основных фигур неoinституционализма - Дуглас Норт считал, что институциональные изменения «определяют то, как общества развиваются во времени, и таким образом являются ключом к пониманию исторических перемен» [5]. Д.Норт был сторонником эволюционного подхода: говоря об «эффекте колеи», он понимал, что институциональные изменения имеют пошаговый характер, и лишь в некоторых случаях, сообразно исключительности скачков технологических изменений, возможны нарушения в их развитии.

Еще одним сторонником поступательности и последовательности институциональных изменений является А.Алчиан, согласно которому «с течением времени неэффективные институты отмирают, а эффективные - выживают, и поэтому происходит постепенное развитие более эффективных форм экономической, политической и социальной организации» [1].

Для более обширного анализа институциональных изменений В.Вольчик вводит такие дефиниции как инкрементные и революционные институциональные изменения [3], когда характер их возникновения связан с их «импортом», при этом не исключая в своем подходе эволюционных изменений, которые характеризуются, как оформление неформальных институтов с течением времени в формальные.

Что касается причин институциональных изменений, то в этом сегменте можно выделить следующие направления:

- основывающиеся на изменениях в поведении человека (Т. Веблен, Д. Норт, Дж. Коммонс);
- основывающиеся на изменениях в относительных ценах ресурсов (Б. Филд, Дж. Умбек);
- основывающиеся на инновационной деятельности членов общества (Й. Шумпетер).

При рассмотрении каждого из вышеобозначенных направлений можно прийти к выводу, что при кажущей общности взглядов их сторонников, есть немало различий, а иногда и противоречий. Например, Т. Веблен в своем видении затрагивал поведение человека не в целом, а исключительно его стремление к изменению посредством творчества и экспериментов [2], а Д. Норт считал, что определяющим вектором развития институциональных изменений являются доминирующие убеждения, т.е. убеждения, разделяемые людьми, способными активно политически и экономически влиять на институциональную среду. Таким образом, исходным моментом своего подхода он определяет намерением, «интенциональностью» активных деятелей

общества [6], и в этом его основное отличие от позиции Дж. Коммонса, опирающегося, прежде всего, на правовые аспекты, формируемые под влиянием человеческого выбора в ходе генерации новых норм и правил [4].

Во взглядах Б. Филда и Дж. Умбека отдельно стоит отметить пассивность таких факторов, как роль государства и политических процессов в целом. Т.е. за основу взято убеждение, что экономика «ждет» только те институциональные изменения, которые смогут повысить эффективность использования ресурсов. Стронником данной концепции являлся и Х. Демсец, в работах которого нашли отклик такие факторы, как отсутствие активности со стороны государства, принимающего любые положительные изменения, так и предположение, что возникающие институты являются источником увеличения стоимости и повышения эффективности.

Д. Норт опроверг основные моменты вышеуказанной концепции, которая в общем виде подразумевает исчезновение в процессе конкуренции неэффективных институтов, заметив, что «политическим системам органически присуща тенденция производить на свет неэффективные права собственности, которые приводят к стагнации и упадку» [5].

Г. Лайбкеп в своей теории сообразен взглядам Д. Норта, отмечая, что институциональные изменения не всегда приводят к рациональному распределению ресурсов, что свою очередь, не гарантирует быстрый экономический рост [8]. Он считает, что экономическое взаимодействие игроков сводится к ожиданию получения чистой выгоды, в то время как в само взаимодействие вмешиваются влиятельные стороны, которые, в свою очередь, осознавая возможность потери от выгодных институциональных изменений, в состоянии препятствовать им. Подобных взглядов придерживается в своих работах и Дж. Найт, утверждая, что неэффективные институты не будут самостоятельно исчезать в ходе конкурентной борьбы, поскольку влияние власти и ее «направление» неоднородны в обществе. Таким образом, невозможно не принимать во внимание политические процессы, разнородность которых в определенный момент может привести к принятию неэффективных решений.

Обобщая исследование обозначенных подходов, можно отметить, что институциональные изменения последовательны и поступательны в своем развитии, что не отменяет возможности революционных скачков сообразно развитию технологических изменений, при этом роль государства и активных участников институциональных процессов (предпринимателей или индивидов) выдвигается на первый план, как основных субъектов институциональных отношений, иницирующих и определяющих эффективные институциональные изменения.

Таким образом, исследование институциональных изменений предполагает дифференциацию институциональных изменений на эффективные и неэффективные и проведение ее по критерию «институтоотдача», исчисляемого как соотношение количества задействованных институтов и объемов деятельности хозяйствующих субъектов. Такого рода оценки могут быть проведены в рамках институционального мониторинга хозяйственной деятельности организаций и могут составить важный этап в процедурах принятия управленческих решений в части формирования институциональной среды для дальнейшего экономического роста.

Список литературы

1. Alchian, A. Uncertainty, Evolution and Economic Theory // Journal of Political Economy, 1950. № 58. С. 211-221.
2. Веблен Т. Теория праздного класса. – М.: Прогресс, 1984. – 368 с.
3. Вольчик, В. В. Курс лекций по институциональной экономике. – Ростов-на-Дону: Изд-во РГУ, 2000. – 265 с.
4. Коммонс Дж. Правовые основы капитализма. – М.: Издательский дом Государственного университета - Высшей школы экономики, 2011. – 416 с.
5. Норт Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики. - М.: Фонд экономической книги «Начала», 1997. - 180 с.
6. Норт Д. Понимание процесса экономических изменений. – М.: Издательский дом Государственного университета - Высшей школы экономики, 2010. – 256 с.
7. Сухарев О.С. Институциональные и технологические изменения: границы анализа эволюционной теории // JOURNAL OF INSTITUTIONAL STUDIES, 2013. Том 5, №2. С. 88-115.
8. Тамбовцев В.Л. Институциональные изменения в российской экономике // Общественные науки и современность, 1999. № 4. С. 44-53.

ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ РЫНКОВ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Иволга А.Г.

ФГБОУ ВПО «Ставропольский государственный аграрный университет»

Продовольственный сектор современной экономики – многопрофильный сложный экономический, технико-технологический и информационно-инфраструктурный комплекс. Продовольственный рынок имеет свои особенности, которые состоят в том, что на нем реализуются товары, обеспечивающие жизнедеятельность человека и относящиеся к товарам первой необходимости [4].

Продовольственный рынок в современных условиях представляет собой систему взаимоотношений между субъектами рынка (производителями и потребителями продовольствия, государственными органами, странами мира и межгосударственными объединениями) по производству, хранению и обращению сельскохозяйственного сырья и продуктов питания, обеспечению населения достаточным объемом потребления продуктов питания за счет внутреннего производства и импорта, формирующейся под влиянием государственной аграрной политики и международных интеграционных процессов [1].

Суть экономических отношений на рынке продовольствия, с одной стороны, заключается в необходимости возмещения затрат, а с другой – в удовлетворении потребностей на основе эквивалентного обмена, обусловленного законом стоимости, или основного закона функционирования продовольственного рынка [3].

Продовольственных рынков можно выделить множество, в зависимости от критерия характеристики (Рисунок 1). Так, по территориальному охвату выделяют мировой продовольственный рынок, а также межгосударственные, общенациональные региональные и местные рынки. По обеспеченности продовольствием принято выделять рынок экспортеров и рынок импортеров. По форме движения товаров различают оптовый и розничный продовольственные рынки, а по сроку их хранения – рынок продовольственных товаров длительного пользования и рынок скоропортящихся товаров. Различные продовольственные рынки характеризуются разными уровнями платежеспособного спроса населения – от низкого до высокого. В зависимости от обращаемого на рынке продукта продовольственные рынки подразделяют на рынки зерновых, мяса, овощей, фруктов и т.д.



Рис. 1. Классификация продовольственных рынков по основным признакам

Основными категориями продовольственного рынка являются спрос и предложение, которые реализуются в процессе реализации товаров через торговлю. Именно соотношение спроса и предложения вызывает структурные сдвиги в производстве, влияет на уровень и динамику цен, способствует переливу капитала между сферами АПК (Рисунок 2).

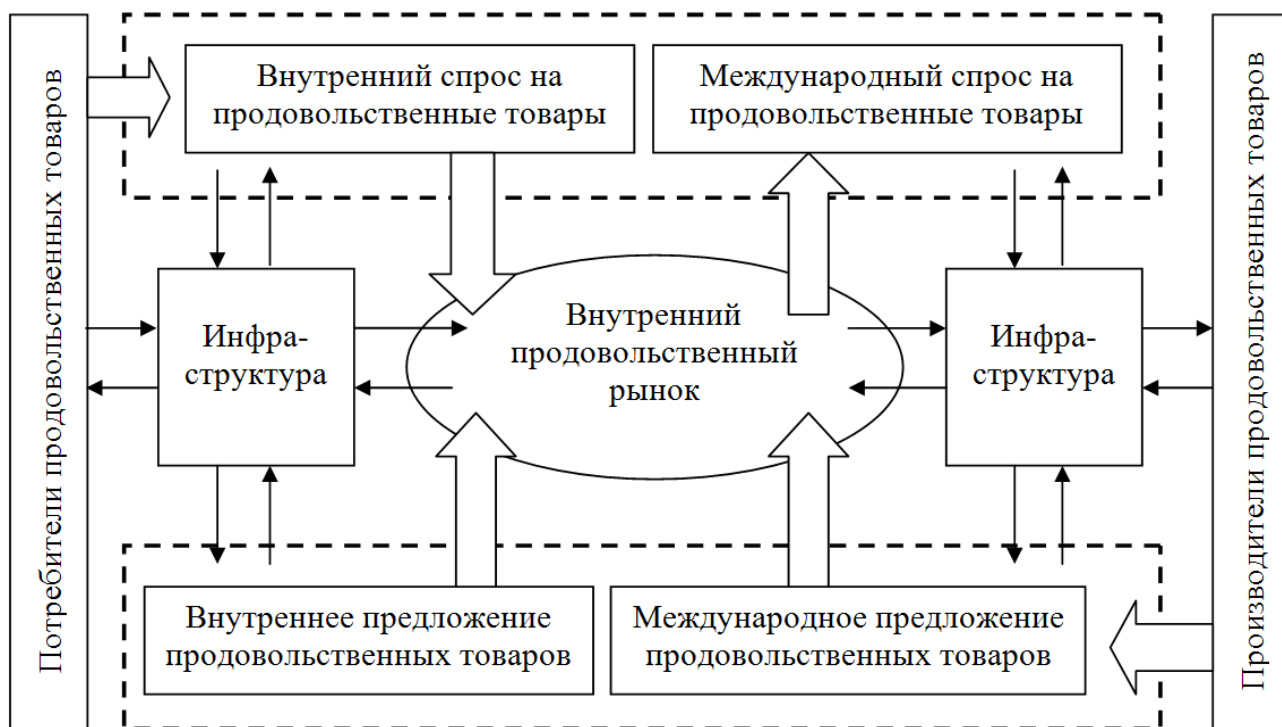


Рис.2. Схема взаимосвязи отдельных элементов продовольственного рынка

По нашему мнению, продовольственный рынок обладает рядом характерных экономических особенностей, отличающих его от других товарных рынков. На основе обобщения позиций, представленных в экономической литературе, можно выделить следующие отличительные особенности продовольственного рынка (Рисунок 3).

Продовольственный рынок подвержен влиянию естественных факторов природы, в силу чего сельхозтоваропроизводители имеют ограниченные возможности контролировать масштабы собственного производства, предложение сельскохозяйственной и продовольственной продукции колеблется по годам.

Продовольственный рынок является нестабильным, что обусловлено неравномерным, сезонным поступлением многих видов сельхозпродукции на рынок в течение года в связи с сезонностью самого сельскохозяйственного производства и неравномерностью поступления сельскохозяйственной продукции по годам из-за колебания погодных условий.



Рис.3. Основные отличительные черты продовольственного рынка от других видов рынков

Сельскохозяйственное производство слабо реагирует на ценовые сигналы, поскольку постоянные издержки в отрасли превышают переменные затраты; высокий уровень постоянных издержек часто приводит к ухудшению финансово-экономического положения товаропроизводителей в случае снижения объемов производства. Спрос на большинство сельскохозяйственных и продовольственных товаров является малоэластичным по ценам, что объясняется законом убывающей предельной полезности и умеренности эффекта замещения. Население относительно стабильно потребляет определенный набор продовольственных товаров. Необходимо существенное падение цен, чтобы вызвать увеличение потребления конкретных видов продукции. Аграрному предпринимательству присущи повышенные риски, обусловленные значительной неустойчивостью рыночной конъюнктуры, в связи с природными факторами, а также неравномерным поступлением в течение года продукции на рынок. Это вызывает колебания рыночных цен, которые увеличиваются также за счет дополнительных расходов на заготовку продукции впрок и ее хранение.

Потребители относительно равномерно потребляют продовольствие и не могут отложить его на длительный срок. Емкость рынка определяется не только количеством населения, но и его физиологическими потребностями в продовольствии. Аграрному предпринимательству присущи повышенные затраты вследствие специфики формирования общественных затрат труда, образуемых с учетом худших условий хозяйствования и большей капиталовооруженности аграрной отрасли относительно других отраслей экономики. Продовольственный рынок характеризуется высокой конкуренцией, на нем присутствует большое число производителей сельхозпродукции, рыночные позиции которых осложняются из-за того, что они могут лишь ориентироваться, но не воздействовать на рыночные цены производимой продукции.

На продовольственный рынок существенное влияние оказывают региональные различия, обуславливающие не только ассортимент производимого сельскохозяйственного сырья, готовой продукции и продовольственных товаров, но и величину транспортных расходов, а также уровень издержек производства и рыночных цен. Локализация некоторых производителей сельскохозяйственной продукции вдали от центров ее потребления, мест переработки и хранения не позволяет им обеспечить сбыт на выгодных условиях. Национальные традиции, культурные и климатические особенности оказывают существенное влияние на формирование спроса и предложения населения определенных территорий, что, в свою очередь, во многом формирует структуру регионального сельскохозяйственного производства и перерабатывающей промышленности.

Вследствие вышесказанного и государственная политика на таком рынке, как продовольственный, должна строиться совершенно иначе, чем на рынках других товаров [5]. В современных условиях она должна быть

направлена на повышение конкурентоспособности российской сельскохозяйственной продукции и российских производителей; обеспечение роста объемов производства сельскохозяйственного сырья и продовольствия и его качества; повышение уровня устойчивости развития сельских территорий, уровня жизни сельского населения; формирование эффективно функционирующего продовольственного рынка, обеспечивающего повышение доходности сельскохозяйственных товаропроизводителей и развитие инфраструктуры этого рынка [2].

Список литературы

1. Ерохин В. Л., Иволга А. Г., Иволга И. Г. Тенденции развития мирового рынка сельскохозяйственной продукции: эффекты переходной экономики и вызовы торговой интеграции: монография / В. Л. Ерохин, А. Г. Иволга, И. Г. Иволга. – Ставрополь: АГРУС Ставропольского гос. аграрного ун-та, 2013. – 124 с.
2. Пантелеева О.И. Аграрная политика развитых стран / О.И. Пантелеева // Отечественные записки. – 2012. – № 6 (51). – [Электронный ресурс]. URL: <http://magazines.russ.ru/oz/2012/6/18p.html> (дата обращения: 30.07.2015).
3. Пьянкова К.В. Развитие агропродовольственного рынка региона на основе совершенствования межрегиональных отношений / К.В. Пьянкова, Е.А. Ясырева // Экономика АПК Предуралья. – 2011. – № 1. – С. 82–86.
4. Фетюхина О.Н. Теоретико-методологические основы развития агропродовольственного рынка в условиях глобализации / О.Н. Фетюхина. – Ставрополь : АГРУС, 2011.
5. Erokhin V., Ivolga A. How to Ensure Sustainable Development of Agribusiness in the Conditions of Trade Integration: Russian Approach. International Journal of Sustainable Economies Management (IJSEM). 2012. Vol. 1, issue 2. P. 12–23.

ОЦЕНКА РАЗВИТИЯ КОНСАЛТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Федоров А.И.

Ульяновский государственный университет

В условиях стремительно усложняющейся рыночной ситуации и росте конкуренции компании стремятся обойти конкурентов за счет собственных конкурентных преимуществ. К подобным преимуществам относятся профессиональные навыки, инновационные знания, опыт и способность адаптироваться и оперативно реагировать на рыночные изменения. В связи с этим возрастает роль консалтинговых компаний, в которых в данных условиях актуализируется для повышения эффективности работы необходимость проведения систематической оценки развития консалтинговой деятельности.

Для того чтобы провести оценку, прежде всего, необходимо выполнить процессный анализ данного алгоритма, для реализации которого мы изучили научные труды, авторы которых рассматривали этапы проведения процедуры оценки, и сгруппировали их, выделив тем самым два используемых подхода.

К первой группе мы отнесли тех авторов, которые прямо представляют этапы рассматриваемого нами алгоритма. Например, Митрякову О.Л., которая выделила 3 основных этапа в процессе оценки развития: 1 этап – этап диагностики, где определяются основные параметры текущей деятельности и «базовые области» дальнейших преобразований, проведение экспресс-диагностики, выявление «болевых точек» деятельности организации и анализ бизнес-стратегий [4, с.175-177]. На наш взгляд, этап с одной стороны рассмотрен комплексно, поскольку включает не только диагностику, но и план дальнейшей работы с ее результатами. С другой стороны, при столь глубоком комплексном подходе к алгоритму, теряется ключевая работа целевого характера. На наш взгляд, непосредственно диагностической работе должна предшествовать подготовительная, т.е. чтобы рационально провести оценку, необходимо определить цели и задачи исследования, выбрать методы сбора информации для проведения затем уже непосредственно полевого этапа исследования.

На 2 этапе Митрякова О.Л. предлагает приступить к непосредственной разработке комплекса улучшений. Здесь выделяются приоритетные цели, которые необходимо достичь посредством реализации разработанного комплекса улучшений, затем определяются необходимые ресурсы, сроки и условия для проведения изменений, а так же описываются процедуры внесения изменений.

Мы согласны с тем, что логичным завершением работы в области диагностики и оценки является разработка соответствующих проектов и рекомендаций. Однако автор чрезмерно концентрирует внимание на данном вопросе, описывая его, кроме данного этапа также и на первом и на третьем, детализируя его. Так, на 3

этапе прописываются конкретные технологии внедрения разработанного консалтингового проекта, то есть определяется непосредственно сам механизм реализации программы преобразований [4, с.177-180]. Считаем, что второй и третий этап важно учитывать в процессе оценки сразу после диагностики сложившейся ситуации, но в едином этапе, на котором исследователь выявляет тенденции и прогнозирует возможные сценарии дальнейшего развития событий, разрабатывает улучшения, касающиеся деятельности компании, которые будут основываться не только на прогнозах будущих событий, но и на опыте и закономерностях, выявленных по результатам анализа деятельности предприятия.

В работах, которые мы отнесли ко второй группе, этапы проведения оценки обозначены лишь косвенно. Примером подобной позиции является работа Бушуевой Л.И. и Шайхлисламова В.А., которые говорят о важности цели исследования в алгоритме оценки развития [1, с.396]. О наличии этапа постановки цели свидетельствует количественная оценка основных характеристик, раскрывающая основные закономерности и факторы развития изучаемого предмета. Действительно, этап постановки цели - отправная точка исследования и неотъемлемая часть алгоритма оценки развития консалтинговой деятельности.

В работе прослеживается и наличие этапа выбора метода и источников сбора информации, так как авторами было заявлено использование в исследовании данных рейтингового агентства «Эксперт РА». В отличие от рассмотренных ранее работ, авторы обращают внимание не только на результат, но и на пути его достижения. Этим обусловлено наличие в алгоритме этапа выбора наиболее подходящей методологической составляющей.

Кроме этого, авторы статьи говорят о показателях, которые в совокупности способны отразить состояние и развитие изучаемого объекта. Таким образом, авторы проходят через этап выбора параметров исследования. Далее в статье приводятся результаты анализа полученной информации, графики, таблицы и рисунки, а, значит, в процессе исследования были этапы сбора, анализа информации, а также представления полученной информации, необходимой для дальнейшей работы.

Косвенно представлены этапы оценки развития консалтинговой деятельности в работах Цлафа В.М. [6; с. 24], и Ханфеняна В. [5]. Авторы рассматривают этапы разрозненно, не формируя целостный алгоритм. Некоторые этапы можно выделить из контекста, например, оба автора оговаривают необходимость этапа постановки целей исследования, выбора параметров оценки, рационального выбора метода сбора и анализа полученной информации. Однако, структурированного алгоритма оценки развития в данных работах не обнаружено.

Резюмируя вышесказанное, на наш взгляд, алгоритм оценки не полный, поэтому обратились к другим источникам. Мы бы в целом согласились с позицией, что подобный процесс оценки и его алгоритм можно рассматривать как разновидность маркетингового исследования [3]. Следовательно, целесообразно проводить процедуру оценки развития, пользуясь алгоритмом проведения маркетингового исследования, определенные этапы которого необходимо адаптировать к специфике проведения оценки.

Обратимся к классическому алгоритму маркетингового исследования, предложенному Ф. Котлером [2, с.189] Алгоритм включает 5 этапов: выявление проблем и формулирование целей, отбор источников информации, сбор информации, анализ собранной информации, представление полученных результатов [2, с.189]. Сравнивая полученные в процессе исследования научных работ этапы оценки, у Котлера появляется этап выявления проблем и формулирования целей. Действительно, чтобы рационально определить цель исследования, необходимо изучить текущие проблемы предприятия, которые способны указать на необходимость проведения оценки развития консалтинговой деятельности.

Адаптируя общий алгоритм к специфике оценки развития консалтинговой деятельности, предлагаем следующую последовательность этапов:

1 этап - постановка цели исследования. На первом этапе, как было сказано ранее, необходимо четко определить проблемы, указывающие на необходимость проведения оценки, диагностики возникших «болевых точек» консалтинговой деятельности предприятия. Далее обозначенные проблемы необходимо трансформировать в основные цели исследования.

2 этап – подготовительный, на этом этапе мы занимаемся разработкой плана сбора информации, который включает в себя выбор основных параметров, по которым должна будет проводиться оценка, источников информации и метода ее сбора.

3 этап – сбор информации, который осуществляется по методам, параметрам и из источников, выбранных на предыдущем этапе.

4 этап – анализ собранной информации, на этом этапе анализа мы выделяем основные изменения в динамике рассматриваемых параметров, определяем основные тенденции развития консалтинговой деятельности компании и прогнозируем дальнейшее развитие ситуации.

5 этап – разработка рекомендаций по совершенствованию консалтинговой деятельности предприятия.

Таким образом, проанализировав и изучив работы многих авторов в области оценки развития консалтинговой деятельности, мы пришли к выводу, что в литературе не существует общепринятого и единого алгоритма оценки. Однако прямо или косвенно, но многие авторы выделяют ряд этапов, из которых можно сформировать полноценный алгоритм. На основе синтеза рассмотренных работ, а так же адаптируя предложенные в литературе этапы процесса маркетингового исследования для оценки развития консалтинговой деятельности, мы уточнили алгоритм проведения подобного исследования.

Список литературы

1. Бушуева Л.И. Статистический анализ российского консалтингового рынка: оценка текущего состояния и перспективы развития / Бушуева Л.И., Шайхлисламов В.А. // Проблемы современной экономики. – 2012. – № 2. – С. 395-400.
2. Котлер Ф., Армстронг Г. Основы маркетинга. Профессиональное изд., 12 изд.: Основы маркетинга: пер. с англ. – М.: ООО «И.Д. Вильямс», 2009. – 1072с.
3. Лапицкая Л. В. Конкурентный анализ и маркетинговое исследование: соотношение понятий и аналитических процедур проведения // Экономика и экологический менеджмент. Электронный научный журнал. - №2, 2012. URL: <http://economics.open-mechanics.com/>
4. Митрякова О.Л. Оценка рынка профильного консалтинга: реальность и потенциал // Известия высших учебных заведений. Проблемы полиграфии издательского дела. – 2012. – №4. – С. 174-184.
5. Ханферян В.В. Снова в строю // Эксперт. – 2012. – № 15. – <http://expert.ru/expert/2012/15/snova-v-stroyu/>
6. Цлаф В.М. Развитие консалтингового бизнеса в регионах России // Консультант по управлению. – 2011. – № 2. – С. 23-30.

ОЦЕНКА САМООБЕСПЕЧЕННОСТИ НАСЕЛЕНИЯ РЕГИОНОВ РОССИИ МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ

Логанцова Н.В.

Вологодская Государственная молочнохозяйственная академия им. Н.В. Верещагина, г.Вологда - Молочное

В Доктрине продовольственной безопасности России в 2010 году были установлены критерии обеспеченности основными продуктами питания населения. По всем перечисленным в документе группам продовольствия уровень производства в стране или полностью достиг установленную государством планку, или практически вышел на утвержденные объемы. Молоко и молочная продукция это единственная группа продовольствия, по которой объем производства не достигает минимально установленную планку. В 2014 году в России произведено 30553 тыс. тонн молока. Коэффициент самообеспеченности РФ молоком составляет 78,62%, т.е. для полного удовлетворения существующих потребностей требуется производство 38863 тыс. тонн молока. Минимально допустимая норма потребления молока, рекомендуемая Минздравом составляет 320-340 кг в год на душу населения. Таким образом, только для личного потребления населению РФ необходимо 46816 тысяч тонн молока и молочной продукции в пересчете на молоко.

Динамика объемов производства молока и молочной продукции в период 1990 – 2014 гг. показывает их снижение (Рисунок 1).

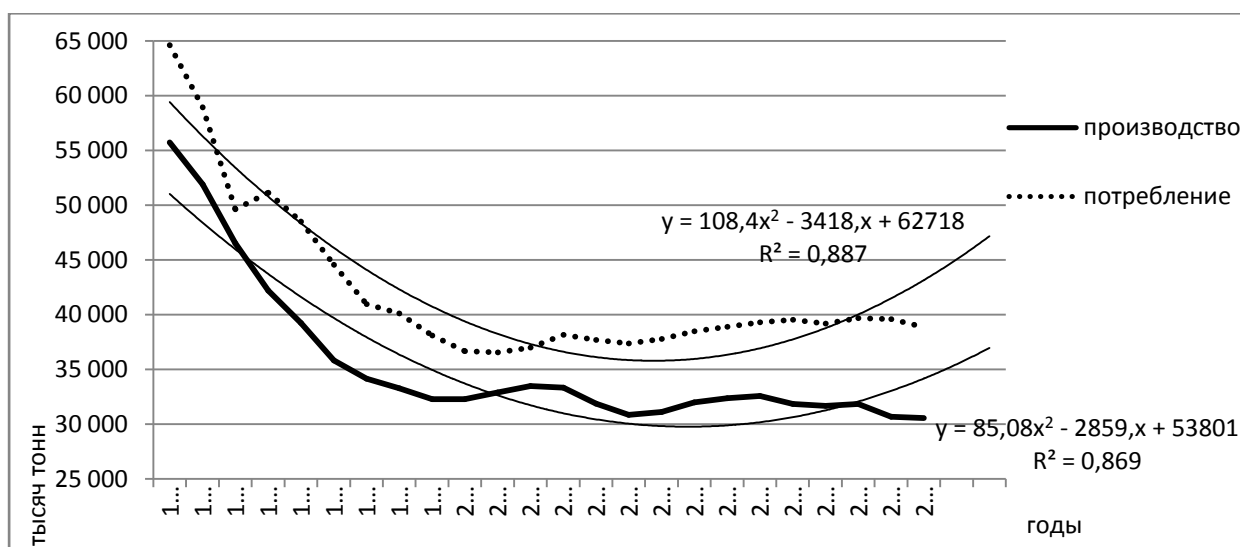


Рис.1. Динамика объемов производства и потребления молока и молочной продукции в РФ.

Полиномиальные тренды кривых производства и потребления, с вероятностью свыше 80% показывают рост исследуемых показателей в ближайшие годы. Одновременно с увеличением объемов производства молока и молочной продукции будет расти их потребление.

По рассчитанному прогнозу в ближайшие годы ожидается производство молока на уровне 35,5 млн. тонн 2015 г. и 38,6 млн. тонн к 2017 г. Объемы потребления молока и молочной продукции увеличиваются большими темпами и по прогнозу составят: в 2016 г. – 45,1, а в 2017 г. - 49,5 млн. тонн. Учитывая существующие тенденции, уровень самообеспеченности к 2017 г. снизится до 78%. Необходимый установленный Доктриной минимальный предел не будет достигнут. Необходимо принимать соответствующие меры государственного реагирования для увеличения поголовья КРС и надоев молока. Для определения направлений развития считаем необходимым рассмотреть возможности производства в разрезе субъектов РФ. С этой целью составлена группировка регионов по уровню самообеспеченности молоком и молочной продукцией в 2014г.

С целью достижения однородности, из общей совокупности статистических данных по субъектам РФ следует исключить такие регионы как: города Москва и Санкт-Петербург и Чукотский автономный округ из-за полного отсутствия производства молока и молочных продуктов. Группировка субъектов РФ (Табл.1) проведена с интервальным параметром 25%.

Таблица 1

Группировка субъектов РФ по уровню обеспеченности молоком в 2014г.

Группа 1 (0-24,99%)	Мурманская и Магаданская области, Хабаровский край, Республика Коми
Группа 2 (25-49,99%)	Московская, Новгородская, Сахалинская, Томская и Еврейская автономная области, Приморский и Камчатский край, Республика Карелия
Группа 3 (50-74,99%)	Архангельская, Астраханская, Калининградская, Кемеровская, Нижегородская, Самарская, Свердловская, Тверская, Челябинская области, Пермский край, Республики Бурятия и Саха (Якутия)
Группа 4 (75-99,99%)	Амурская, Волгоградская, Ивановская, Иркутская, Калужская, Костромская, Липецкая, Новосибирская, Пензенская, Псковская, Ростовская, Саратовская, Смоленская, Тамбовская, Тульская, Тюменская, Ульяновская, Ярославская области, Забайкальский, Краснодарский, Красноярский край, Чеченская Республика, Дагестан, Ингушетия, Марий Эл, Тыва
Группа 5 (100-124,99%)	Белгородская, Брянская, Владимирская, Воронежская, Курганская, Курская, Ленинградская, Омская, Оренбургская, Орловская, Рязанская области, Ставропольский край, Кабардино-Балкарская, Чувашская Республики Северная Осетия – Алания, Адыгея, Алтай, Башкортостан, Татарстан, Хакасия
Группа 6 (125-149,99%)	Вологодская и Кировская области, Алтайский край, Удмуртская и Карачаево-Черкесская Республики
Группа 7 (150 и выше)	Республика Мордовия

В тройку лидеров рейтинга по обеспеченности молоком и молочной продукцией в 2014г. входят: Республика Мордовия (160%), Удмуртская Республика (147%), Карачаево-Черкесская Республика (142%). Регионами-аутсайдерами среди исследуемой совокупности являются Мурманская область (11%), Магаданская область (15%), Хабаровский край (16%).

Все регионы Дальневосточного Федерального округа, за исключением амурской области расположены в 1 и 2 группах. Здесь в первую очередь необходимо развивать молочное животноводство. Объемы производства молока удовлетворяют потребности населения на 42%. Субъекты Северо-Западного Федерального округа расположены во всех группах, за исключением седьмой группы. Средний уровень продовольственной безопасности по молоку в Округе 43%. Объясняется данный факт территориальным расположением регионов. Например, Вологодская область, состоящая в пятёрке лидеров по уровню самообеспеченности молочными продуктами, вывозит молоко в регионы Центрального Федерального Округа, а не снабжает им население своих территорий. Подобную ситуацию можно охарактеризовать как территориальную «полярность» производства. В Уральском федеральном округе уровень достаточности – 74%. Только Курганская область, с уровнем безопасности 118% отнесена к 5 группе. Остро стоит изучаемый вопрос в Челябинской и Свердловской областях.

В Сибирском федеральном округе достигнута установленная Доктриной планка по уровню самообеспеченности молоком, составляет 94%. Но следует обратить внимание на поддержку молокопроизводителей в Томской и Кемеровской областях и республике Бурятия.

Регионы Северо-Кавказского федерального округа можно считать обеспеченными молоком, поскольку они в нашей группировке отнесены к группам 5, 6 и 7. В субъектах Южного федерального округа также велико производство молока – 92% от необходимого уровня. Региональное распределение аналогично в 4, 5 и 6 группах.

По результатам проведенных расчетов молочное животноводство в России в настоящее время не обеспечивает потребности населения в данном виде продукции.

Поголовье коров в 2014 году в хозяйствах всех категорий в стране составило 8531,14 тыс. голов. Средняя продуктивность коров составила 3581 кг. Молочная продуктивность коров может колебаться в широких пределах – от 1000 до 25000 кг и более. При существующей средней продуктивности, для наращивания производства и получения недостающих в 2014 г. 8310 тыс. тонн необходимо увеличение поголовья коров на 2320 тысяч голов.

Для выполнения требований Доктрины продовольственной безопасности (90% обеспеченности молоком) при существующем уровне потребления молока и молочной продукции необходимо повысить показатель производство молока до 34876 тыс. тонн (рост на 4323 тыс. тонн). В настоящее время инвестирование в молочное животноводство в России не привлекательно. С учетом высокой стоимости строительства скотопомещений и содержания коров не следует ожидать скорого увеличения поголовья. Менее затратным путем увеличения объемов производства молока является рост продуктивности коров. Необходимо улучшать генетический потенциал поголовья. Увеличив продуктивность существующего поголовья коров до 4,1 тонны, установленный в Доктрине порог безопасности будет достигнут. В некоторых субъектах РФ уровень молочной продуктивности в настоящее время уже выше необходимых 4088 кг. Так, например, в Вологодской области надой на корову составил в 2014 г. 5930 кг.

Обобщая вышеизложенное делаем вывод о том что финансовую помощь следует оказывать не только в виде государственного субсидирования на возмещение затрат на реконструкцию и строительство животноводческих помещений и увеличение поголовья скота, но и на увеличение молочной продуктивности коров и достижение порогового показателя продуктивности.

Список литературы

1. Доктрина продовольственной безопасности РФ, утверждена Указом Президента РФ от 30 января 2010 г. №120. Минсельхоз России.
2. Приказ Минздравсоцразвития России от 2 августа 2010 г. № 593н «Об утверждении рекомендаций по рациональным нормам потребления пищевых продуктов, отвечающим современным требованиям здорового питания» г.Москва. СПС Консультант Плюс.
3. Логанцова Н.В. Роль производства сельскохозяйственной продукции в безопасном развитии региона // Актуальные вопросы экономических наук. 2013. № 33. С. 104-107.
4. «Регионы России» Основные характеристики субъектов РФ, 2014 г.

РАЗВИТИЕ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА КАК ПРОБЛЕМА НАЦИОНАЛЬНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ. СИСТЕМНЫЙ ПОДХОД

Студент 3-го курса Семяшкин Е.

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации

Социально-экономическое развитие России в современных условиях невозможно рассматривать без учета развития сельского хозяйства, на которое в свою очередь влияет внутренняя политика государства и других стран, мировой тренд, действия иностранных предпринимателей и ряд других факторов.

Сельское хозяйство – это краеугольный камень национальной экономики, который на протяжении тысячелетия являлся основой и надежной опорой государства на пути его становления и развития.

Даже в эпоху пост индустриализации и информационных войн, сельское хозяйство является неотъемлемой частью общества и оказывает огромное влияние на многочисленные сферы деятельности человечества. Стоит отметить, что пословица “Хлеб-всему голова” с учетом перенаселенности планеты и в частности, неблагоприятные условия для выращивания сельскохозяйственных культур и скота на большей части территории Российской Федерации, является актуальной и по сей день.

Целью данной работы является исследование текущего состояния сельского хозяйства России, влияния иностранных государств, организаций на внутренний рынок Российской Федерации и обоснование необходимости уделить особое внимание обеспеченности внутреннего рынка продуктами сельскохозяйственного происхождения как проблемы национальной безопасности

Для более полного ознакомления с работой будем исполосовать ряд терминов системного анализа, оперируя которыми охарактеризуем текущую ситуацию, проблемы и перспективы развития АПК (агропромышленного комплекса).

Протекционизм. Проблема национальной безопасности

В данном исследовании развитие сельского хозяйства можно охарактеризовать как проблему (ситуация, на которую одна и заинтересованных сторон- клиент, имеет негативное отношение) национальной безопасности.

Клиентом в данном случае является государство, которое заинтересовано в заполнении внутреннего рынка сельскохозяйственной продукции, товарами отечественного производства, с целью снижения возможности давления посредством товаров первой необходимости. “Стайкхолдерами” (stakeholders) является население Российской Федерации, различные коммерческие предприятия, которые принимают участи в производстве сельскохозяйственной продукции, иностранные государства и поставщики.

Решение этого вопроса связано с политикой государства в области протекционизма и распределения бюджетных средств.

В современных рыночных условиях возникает ряд вопросов: нужно ли проводит политику протекционизма, актуальна ли она до сих пор в нашей стране, какие преимущества и недостатки от её использования.

Для того чтобы разобраться в этом вопросе нужно сначала понять саму суть протекционизма. Классическое определение: протекционизм - политика защиты внутреннего рынка от иностранной конкуренции через систему определённых ограничений: импортных и экспортных пошлин, субсидий и других мер.⁶

Как инструмент целенаправленного регулирования экономики в масштабах страны, протекционизм зародился в начале 15 века и получил наибольшее применение и признание в 18 веке.

Исходя из сегодняшнего понимания сути этого метода - защиты отечественного производителя, ответим на вопрос: актуален ли этот инструмент управления экономикой до сих пор.

В рыночной экономике политика протекционизма ведет за собой⁷: защиту местного производства, сохранение сферы сбыта продукции, уровня продаж. Однако такая политика также влечет: ответные меры со стороны других стран, возможен рост внутренних цен из-за отсутствия конкурентов, технический застой производства, сохранение в экономике неэффективных собственников предприятий и менеджеров.

Резюмируя выше сказанное отметим: политика протекционизма в современных условиях имеет больше недостатков, чем достоинств. Наверное, стоит отказаться от поддержки убыточных предприятий, которые

⁶ Протекционизм. <http://interpretive.ru/dictionary/375/word/protekcionizm>

⁷ Протекционизм. <http://forexaw.com>

являются “балластом” для развития национальной экономики; но стоит ли полностью отказываться от такого инструмента?

Дело в том, что возникает вопрос национальной безопасности страны: если бы были отменены все пошлины и сборы, то иностранные фирмы и отечественные производители находились бы в одинаковых условиях, что повлекло бы за собой усиление конкуренции между ними. Вполне возможно, что иностранные предприниматели смогли бы просто вытеснить российского производителя с рынка. В частности, это касается автомобилестроения, сельского хозяйства и ряд других отраслей промышленности. Такая ситуация на рынке поставила бы Россию в зависимое положение от продукции иностранного производителя: в первую очередь это касается товаров первой необходимости, как следствие возникновение проблемы обеспечения продовольственной безопасности страны. 22 августа 2012 г. Россия подписала соглашение о вступлении в ВТО. По которому приняли на себя ряд обязательств, в частности снижение уровня ввозных пошлин и отмены импортных квот, например, пошлин на мясные готовые изделия они уменьшились с 25 до 20 процентов, а на охлажденную и замороженную свинину были обнулены с уровня 15 процентов, кроме того с 1 января 2020 г. импортные квоты на свинину будут вообще отменены. Уже в первый год снижение уровня пошлин и увеличения размера квот привело к резкому изменению ситуации на рынке мяса свинины: с резким увеличением импорта упали оптовые цены, что привело к затруднительному положению местных товаропроизводителей, так как со снижением оптовых цен произошло снижение рентабельности, производимой ими продукции. Следует отметить, что снижение оптовых цен, впрочем, не привело к снижению розничных цен, т.е. в выигрыше были поставщики, прежде всего крупные торговые сети, но никак не рядовой потребитель. Из этой ситуации стоит сделать вывод: отечественным производителям необходимо самим обеспечивать первоочередные потребности населения, иначе возможно возникновение нехватки пищевой продукции и голода, а это позволит другим государствам использовать безвыходное положение нашей страны и диктовать свои условия, в том числе и политические. Примером могут служить санкции США и ЕС, направленные на запрет передачи России современных технологий.

Пути решения проблемы в трактовке системного анализа

Рассмотрим типы вмешательств, применяемых Правительством Российской Федерации для решения проблемной ситуации:

1) Absolution. Частичные, точечные инвестиции в проекты, покрытие части стартового капитала начинающих предпринимателей

2) Resolution. Субсидиарная поддержка предпринимателей, предоставление льгот: покрытие части кредита, взятого предпринимателями для деятельности в сфере сельского хозяйства, предоставление льготных кредитных ставок в банках (Россельхозбанк), различные квоты, ограничивающие ввоз зарубежной сельскохозяйственной продукции, пошлины –обеспечивают более благоприятные условия для отечественного производителя на внутреннем рынке. Поддержка начинающих специалистов: врачей, учителей, агрономов, инженеров – людей, решивших связать свою судьбу с деревней. Внедрение современной техники в производство.

3) Solution. Программа поднятия значимости, престижа АПК в глазах общественности, привлечение внимания предпринимателей и их инвестиций в сельскохозяйственную сферу (агропромышленная выставка “Золотая осень”). Разработка и реализация государственной программа развития сельского хозяйства на 2013-2020 годы⁸

4) Dissolution (“растворение”). Ввод санкций, ограничивающих ввоз сельскохозяйственной продукции из Европы

Однако стоит отметить ограниченность применения вмешательства типа dissolution в экономику: полное ограничение ввоза импортной сельскохозяйственной продукции является возможно только при полном разрыве отношений с зарубежными партнёрами –иными словами политической, культурной и экономической изоляции , разрыве всех отношений с зарубежными странами, что возможно лишь, учитывая глобальные процессы глобализации и интеграции в мировое сообщество, в условиях войны или разрушения всех коммуникаций между Россией и станами-соседями.

В качестве примера страны, зависимой от поставок продовольствия (и не только продовольствия) и, как следствие, испытывающую давление со стороны Китая, можно привести Северную Корею-государства, играющего своеобразную роль “щита” или “буферной зоны” между КНР и сферой влияния США. Но, заметим, что “явных угроз” о перекрытии поставок продовольствия со Стороны Китая или каких-либо других стран по отношению к их оппонентам, как средство давления не применялось в последние пятидесятилетие и является мягко говоря не гуманным и бесчеловечным.

⁸ Официальный интернет-портал Министерства сельского хозяйства РФ <http://www.mcx.ru/navigation/docfeeder/show/342.htm>

Представим динамику производства сельскохозяйственной продукции и размер посевных площадей (последние годы имеет место тенденция роста):⁹



Рис.1. Индекс производства продукции сельского хозяйства

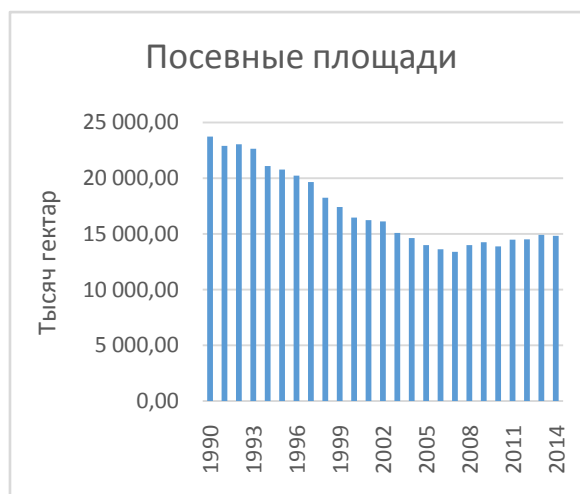


Рис.2. Посевные площади

Проанализировав данные графики можно сделать вывод, что имеется тенденция роста индекса производства продукции и площади посевных площадей, в свою очередь свидетельствующее о постепенном пересмотре позиции государства по отношению к АПК.

Заключение

Резюмируя вышеизложенное отметим необходимость синтеза вмешательств: разумного протекционизма как решения типа solution, поддержание конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции при оптимальном сочетании государственных и рыночных механизмов управления экономикой, внедрение новых технологий в производство, повышение рентабельности АПК и изменение имиджа сельского хозяйства в обществе; использование различных точечных квот и инвестиций в отдельных регионах России и сферах сельского хозяйства - решения типа resolution.

Введенные “встречные” санкции на запрет импорта сельскохозяйственной продукции из США, Австралии и стран ЕС являются ярким примером осознания того, что вопрос поддержки и развития сельского хозяйства является вопросом национальной безопасности. По сути они приведут к расширению собственного производства продовольствия, к предоставлению доступа отечественных товаропроизводителей в сетевую торговлю, к созданию новых рабочих мест и к сбалансированному развитию экономики страны. Но настораживает процедура принятия решения по ограничению импорта: оно было принято спонтанно, лишь как “ответная реакция” на санкции Запада, к тому же ограничения на импорт имеют временный характер: на период до года и решение по этому вопросу может быть пересмотрено в любой момент. То есть правительство не обладает системным подходом к коренному изменению ситуации в сельском хозяйстве. В противном случае следовало бы задаться вопросом: почему эти меры не были введены раньше при том что эта проблема относится к интересам национальной безопасности? Этот пример является ли свидетельством того, что процесс управления социально-экономическим развитием страны в условиях глобализации должен обладать системным подходом, содержащем в себе четыре основных направления (вмешательства), рассмотренных ранее

Список литературы

1. Семяшкин Е.Г., статья "Социально-экономическое развитие РФ: протекционизм, конкурентоспособность, наука и образование", журнал ПАР № 5 от 31 октября 2014 г.
2. Тарасенко Ф.П., Проблемы системного анализа, глава 1: Проблема и способы ее решения М.: Кнорус, Москва, 2010 г., с.13-15
3. Васюнина М. Л., Горлова О.С., Маркина Е.В. Финансы гл. 7. Финансовое регулирование социально-экономических процессов, М.:КНОРУС, 2014 г. 246-276 с.

⁹ Федеральная служба государственной статистики, <http://cbsd.gks.ru/> 24.03.2015

4. Субботна Т.П. Макроэкономическая политика. Россия на распутье: два пути к международной конкурентоспособности. Вопросы экономики № 2 2006
5. Официальный интернет-портал Министерства сельского хозяйства РФ <http://www.mcx.ru/navigation/docfeeder/show/342.htm>
6. Федеральная служба государственной статистики, Основные показатели деятельности отдельных отраслей экономики, <http://cbsd.gks.ru/>

РЕГИОНАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА КАНАДЫ В СФЕРЕ РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕЙ ТОРГОВЛИ

Хорохонов Д.Ю.

Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации

Особенностью национальной экономики Канады является наличие барьеров, препятствующих развитию межрегиональной торговли, основным фактором возникновения которых послужила значительная политическая и экономическая самостоятельность провинций и территорий страны.

Основополагающим документом, регламентирующим режим осуществления торговых потоков между регионами Канады, является Соглашение о внутренней торговле, подписанное всеми провинциями и территориями страны и вступившее в силу в 1995 году. Данное соглашение предусматривает поэтапное сокращение действовавших на момент его принятия и запрет создания новых торгово-экономических барьеров.

Соглашение также регламентирует:

особенности государственного регулирования отдельных сфер региональной экономики, таких как государственные закупки, рынок труда и инвестиционная деятельность;

процедуры разрешения споров хозяйствующих субъектов;

порядок применения мер, направленных на дальнейшую либерализацию межрегиональной торговли, в том числе принятие совместных решений по ключевым проблемам экономической интеграции.

Вместе с тем, до настоящего времени многие обязательства регионов, предусмотренные Соглашением, остаются не выполненными. Правительства провинций Канады и хозяйствующие субъекты зачастую отмечают, что канадские компании сталкиваются с более значительными препятствиями, осуществляя сотрудничество с отечественными компаниями, чем при развитии внешнеэкономических связей. В таких условиях региональные экспортеры отдают предпочтение поставкам товаров за рубеж, а канадские импортеры, в свою очередь, приобретают необходимые товары на внешних рынках.

Более того, требования, предъявляемые правительствами регионов Канады к продукции, которая могла бы стать предметом межрегиональной торговли, заметно различаются. В этой связи многие товары, выпущенные в одной провинции, не подлежат реализации в другой. Согласно проведенным опросам общественного мнения, 78 % канадцев такое положение дел не устраивает.

Кроме того, в провинциях и территориях действуют различные бюрократические процедуры регистрации бизнеса и требования к ведению и предоставлению бухгалтерской отчетности. Межрегиональные барьеры создают также дополнительные трудности соискателям работы ввиду того, что регионы предъявляют различные требования к программам профессиональной подготовки.

В 2015 году в условиях низких темпов роста канадской экономики и поиска новых стимулов ее развития Правительство страны резко повысило внимание к вопросу подготовки нового Соглашения о внутренней торговле.

В частности, принято решение о создании в рамках стратегического документа «План экономических действий – 2015» Центра поддержки внутренней торговли, ключевая функция которого заключается в координации взаимодействия правительств провинций и территорий, научных организаций, объединений предпринимателей и потребителей в целях выявления и устранения необоснованных препятствий для развития внутренней торговли Канады. Куратором указанного Центра определено Министерство промышленности Канады.

Принципы, в соответствии с которыми будет осуществляться актуализация Соглашения, определены в Стратегии «Единая Канада – единая экономика», которая была принята Правительством страны в конце 2014 года. Указанные принципы предусматривают, во-первых, беспрепятственность обращения на канадском рынке отечественных товаров, услуг и инвестиций, а также свободу перемещения трудовых ресурсов. Во-вторых, необходимость установления во всех регионах Канады идентичных правил государственного регулирования, в

том числе стандартов производства продукции. Немаловажным принципом также является необходимость обеспечения сторонами Соглашения регулярной отчетности перед общественностью по вопросам результативности достижения консенсуса по конечной редакции Соглашения. Следует отметить, что принятие окончательной редакции актуализированного документа запланировано только на март 2016 года.

По мнению многих авторитетных независимых экспертов, представителей бизнеса, правительств провинций и территорий, межрегиональное сотрудничество в Канаде развивается недостаточно интенсивно и не отвечает современным потребностям внутреннего рынка. Федеральное Правительство акцентирует свое внимание, прежде всего, на развитии внешнеэкономических связей, оставляя не решенными ключевые вопросы торгового сотрудничества регионов. В течение времени, прошедшего с момента подписания Соглашения о внутренней торговле, количество соглашений о свободной торговле, заключенных Канадой с зарубежными странами, возросло с двух до 43.

Первостепенной задачей в сфере развития межрегиональной экономической интеграции Правительство Канады считает устранение наиболее необоснованных с экономической точки зрения торговых барьеров, которые стоят канадской экономике 50 млрд. кан. долл. в год.

Статистические данные о внутренней торговле в Канаде представлены в Табл.1.

Таблица 1

Статистические данные о внутренней торговле в Канаде, 2013 год млрд. кан. долл.

Регион Канады	Наименование показателя			
	Продажа товаров и услуг в другие регионы	Покупка товаров и услуг из других регионов	Сальдо	Отношение товарооборота с другими регионами к ВВП, %
Провинции				
Ньюфаундленд и Лабрадор	8,77	8,84	-0,07	49,17
Остров Принца Эдуарда	1,38	2,67	-1,29	68,18
Новая Шотландия	8,35	13,02	-4,67	54,10
Нью-Брансуик	11,99	14,32	-2,33	82,41
Квебек	67,92	65,35	+2,57	36,71
Онтарио	120,51	92,39	+28,12	30,58
Манитоба	16,65	21,60	-4,95	62,22
Саскачеван	17,76	25,88	-8,12	52,47
Альберта	64,94	62,44	+2,5	37,70
Британская Колумбия	37,37	45,80	-8,43	36,17
Территории				
Нунавут	0,69	1,62	-0,96	84,70
Северо-Западные территории	1,17	2,4	-1,22	79,59
Юкон	0,44	1,4	-0,93	76,05
ВСЕГО:	365,97	365,97		

Источник: Статистическое агентство Канады

По данным таблицы наибольший вклад в канадскую внутреннюю торговлю (порядка 30 %) вносит провинция Онтарио. В отчетном периоде объем товарооборота этого крупнейшего канадского региона с провинциями и территориями страны превысил 212 млрд. кан. долл. Вклад провинций Квебек и Альберта в совокупный объем внутренней торговли составил 18 % и 17 %, соответственно.

Сальдо торговли только трех указанных провинций Канады с другими регионами страны характеризуется положительным значением, что говорит о высокой конкурентоспособности производимых в них товаров и услуг на внутреннем рынке Канады.

Таким образом, в 2013 году объем внутренней торговли в Канаде достиг 20 % ВВП страны или 366 млрд. кан. долл. в абсолютном выражении, в то время как канадский экспорт превысил 31 % ВВП.

СУЩНОСТЬ КАТЕГОРИИ ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ПРОСТРАНСТВО В ВОПРОСАХ ИССЛЕДОВАНИЯ РАЗВИТИЯ ТЕРРИТОРИЙ

Дзагова С.С.

Институт информатики и проблем регионального управления РАН, г.Нальчик

Россия является страной с огромной территорией, с неоднородным экономическим пространством, в связи с этим, особую актуальность приобретает пространственное развитие макрорегионов, регионов и муниципальных образований. Разработка результативных проектов пространственного развития, предполагает проведение многочисленных исследований, в первую очередь исследование самого понятия «пространственное развитие».

Использование пространственного подхода в экономической науке – направление, по своей сути, не новое, подтверждением чего могут служить работы таких экономистов как Адам Смит, обосновавший концепцию абсолютных преимуществ (теорема обмена, которая устанавливает связь рынка, разделения труда и эффективности производства), и Давид Рикардо, создавший теорию сравнительных преимуществ (принцип сравнительных преимуществ в межрегиональной торговле и теория ренты по местоположению). А. Смит и Д. Рикардо являются одними из основателей науки о пространственной организации хозяйства. Проблемы формирования и развития экономического пространства также встречаются в трудах К. Маркса, Ф. Перру, Дж. Фридмана, А. Вебера, И. Тюнена и др.

Но, следует отметить, что со времен Адама Смита и Давида Рикардо, долгое время, понятие «экономическое пространство» находилось вне поля зрения экономистов, экономистов-географов и других специалистов.

Исследование экономического пространства впервые представлено классической стандартной теорией И. Г. фон Тюнена и других немецких экономистов XIX - XX вв., которые первыми среди ученых начали анализировать пространство как экономическое явление и использовали для этого пространственные методы анализа. Факторы размещения каждого конкретного предприятия по данной теории подразумевают существование однородного экономического пространства [7].

Дальнейшее развитие данная теория получила в неоклассической стандартной теории Августина Леша, которая рассматривала экономические процессы не на уровне отдельных предприятий и поселений, а на уровне экономических регионов. По мнению представителей данного направления О. В. Иншакова и Д. П. Фролова, экономическое пространство – пространство, в котором ведется хозяйство [3].

Помимо основных теорий, можно выделить подходы к исследованию экономического пространства.

Одним из наиболее признанных в экономических кругах на сегодняшний день остается территориальный подход. Представитель данного направления академик А. Г. Гранберг утверждал: «Экономическое пространство – это насыщенная территория, вмещающая множество объектов и связей между ними: населенные пункты, промышленные предприятия, хозяйственно освоенные и рекреационные площади, транспортные и инженерные сети и т.д.» [2]. Таким образом, данный подход предполагает наличие определенных географических, государственных, политических границ. Данного подхода придерживаются профессора Е. Г. Анимидца и Н. М. Сурнина. Одним из недостатков подхода является то, что он игнорирует экономические принципы организации пространства.

Интерес вызывают также подходы, учитывающие не столько административные границы, сколько отношения между субъектами для определения экономического пространства. Так, Гульбасов А.В. называет экономическим пространством – пространство, образованное: а) физическими и юридическими лицами (субъектами), которые для реализации своих экономических потребностей и выражающих эти потребности экономических интересов вступают в экономические отношения; б) физическими и нефизическими объектами, являющимися источниками экономических интересов и экономических отношений. В узком смысле экономическое пространство представляет собой пространство отношений и связей, возникающих в процессе общественного производства и воспроизводства. Предлагаемый подход к пониманию пространственности открывает возможности для рассмотрения пространства не просто как пространства тел (например, физическое пространство), а как пространства процессов и связанных с ними понятий, взятых вместе с их практической реализацией и осмыслением [6].

Ресурсный подход (классическая и кейнсианская школы) обосновали ученые В. В. Чекмарев и В. В. Радаев. Суть данного подхода в том, что экономическое пространство образовано субъектами, вступающими в экономические отношения и главной целью имеет перераспределение ограниченных ресурсов. По справедливому

замечанию О. А. Биякова, такой подход имеет существенный недостаток – вряд ли ограниченность ресурсов можно считать элементом экономических действий, скорее это свойство [1].

В последние годы получил развитие ещё один подход к определению экономического пространства – информационный. Данный подход предполагает функционирование экономического пространства на основе информации, а не материальных ресурсов и получаемой из них энергии. Так, М. Кастельс утверждал, что пространство трансформируется «под совместным влиянием информационно-технологической парадигмы и социальных форм и процессов» [4]. Ещё один представитель данного направления Е. Иванов доказывал, что структуру экономического пространства определяют информационные потоки, циркулирующие между хозяйствующими субъектами [5].

Для научного сообщества интересным и наиболее доказанным представляется подход, основанный на совокупном экономическом процессе и обобщающий ранее рассмотренные методологии. В рамках этого направления О. А. Бияков предлагает следующее определение экономического пространства: «Экономическое пространство – это система отношений между субъектами, реализующими частные экономические процессы, и субъектом совокупного экономического процесса по формированию возможных результатов экономической деятельности» [1].

Таким образом, на современном этапе, отсутствует единый подход к определению «экономическое пространство». Разными авторами при определении экономического пространства, учитываются различные аспекты: территориальные, административные, социальные, социально-экономические, информационные, финансовые, политические, инновационные, институциональные и другие. Каждый аспект вычленяется для анализа процессов в соответствии с целью, объектом и предметом исследования, которые ставит перед собой тот или иной автор.

Развитие региона в долгосрочной перспективе невозможно без планомерного развития всех его территорий по основным социально-экономическим, политическим и финансовым направлениям. Устранение диспропорций в экономическом развитии территорий регионов является задачей не только региональной, но и государственной политики [8].

В настоящее время термин «экономическое пространство» достаточно широко используется учеными, практиками, законодателями, и уже в Конституции Российской Федерации говорится: «в Российской Федерации гарантируются единство экономического пространства, свободное перемещение товаров, услуг и финансовых средств, поддержка конкуренции, свобода экономической деятельности» (ст.8).

В Концепции национальной безопасности Российской Федерации выделяются следующие «важнейшие составляющие единого экономического пространства Российской Федерации: производственно-технологические и транспортные связи, финансово-банковская, кредитная и налоговая системы», а указ Президента РФ «Об основных положениях региональной политики в Российской Федерации» содержит положение о том, что «одним из главных условий реализации задач региональной политики является обеспечение единства экономического пространства страны, которое определяется общностью государственного руководства, денежной, налоговой, бюджетно-финансовой систем, скоординированным развитием основных институциональных структур».

Исследования работ экономистов, связанных с теорией экономического пространства, дает возможность сделать вывод о том, что еще не выработаны единые концептуальные основы, позволяющие интегрировать уже разработанные положения теории экономического пространства в целостную и стройную логическую схему. Конкретизация, определение критериев и единый подход в данном вопросе позволили бы своевременно принимать управленческие решения, более точно прогнозировать экономические показатели на основе социально-экономического развития территории.

Список литературы

1. Бияков О.А. Экономическое пространство региона: процессный подход. – Кемерово, 2004.
2. Гранберг А. Г. Основы региональной экономики. – М., 2000.
3. Иншаков О. В., Фролов Д. П. Экономическое пространство и пространственная экономика. Размышление над новым экономическим журналом. // Пространственная экономика. – 2006. – №2.
4. Кастельс М. Информационная эпоха. Экономика, общество и культура. М., 2000
5. Кузьбожев Э. Н., Козьева И. А., Световцева М. Г. Экономическая география и регионалистика (история, методы, состояние и перспективы размещения производственных сил). – М., 2007.
6. Матвеев М.М. Теоретические основы концепции социоэкономического пространства. // Вопросы инновационной экономики. – 2011. – № 5.
7. Тюнен И. Г. Изолированное государство в его отношении к сельскому хозяйству и национальной экономии, 1826.

СУЩНОСТЬ И НАЗНАЧЕНИЕ СИСТЕМЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО КОНТРОЛЛИНГА

Дюсембекова Г.С., докторант PhD

Международный Университет Кыргызстана, г.Бишкек

Интерпретация сущности контроллинга проявлена в современной концепции, предусматривающей применение контроллинга как инструмента, который обеспечивает ликвидации узких мест в деятельности компании и ориентированного на будущее в соответствии с поставленной стратегической целью. При данном понимании контроллинга он задействован на всех стадиях управленческих процессов, итоговой целью которого является обеспечение конкурентоспособности и результативности деятельности.

В общем виде основные положения теории контроллинга в государственном управлении можно сформулировать таким образом.

1. Контроллинг – качественно новый и перспективный инструмент в решениях задач управления (менеджмента), адекватный условию информационного общества и эпохи глобализации.

2. Контроллинг ориентирован на обеспечения наиболее высокой результативности и конкурентоспособности в условии неопределенности и нестабильности рыночной среды.

3. Контроллинг призван поддерживать, способствовать оптимизации процессов управления (менеджмента) и принятия управленческих решений.

4. Контроллинг осуществляет свои функции, базируясь на основных положениях системных подходов об интеграции, взаимосвязях, обратных связях при установлении комплексных методологий, при охвате всех уровней и областей управления государством.

Структуризации (классификации) контроллинга соответствуют уровню принятых решений в государстве. Общепринятым является разграничение таких видов контроллинга: стратегического, оперативного, тактического и операционного.

В структуры контроллинга в государственном управлении входят такие разделы: определение цели; планирование; учеты; информационные потоки; мониторинг; контроль; анализ планов, итогов, отклонений; разработка рекомендаций для принятых управленческих решений.

Контроллинг является общепризнанным, результативным инструментом управления. Его потенциальные возможности достаточны для внедрения на уровне государственного управления и, в частности, при осуществлении важной функции – оценки результативности государственного управления.

Контроллинг - один из структурных элементов систем государственного планирования и при этом владеет своими характерными спецификами, которые отличают его от иных элементов [1, с. 70-72].

Основной спецификой контроллинга является то, что он интегрирует все комплексы инструментов, которые применяются в процессах планирования. Так, в службе контроллинга интегрируются функции оперативного и стратегического контроллинга, осуществляется взаимосвязь всех этапов планирования, развиваются разные варианты сценариев формирования и прогноза.

В границах контроллинга в компаниях данная интегрирующая функция может быть осуществлена двумя методами:

1) служба контроллинга может полностью принять на себя функцию планирования;

2) служба контроллинга может исполнять координации и интеграции функций планирования, которые реализуются соответственными структурными подразделениями компании.

При условиях основания службы государственного контроллинга первый метод может иметь крайне ограниченную область использования, так как имеется сложившаяся дифференциация и относительная обособленность структуры власти, которая осуществляет функцию управления и планирования в том числе. Наиболее действенным является второй метод, при котором служба контроллинга, как подразделения государственного органа, реализует интеграции процедуры планирования.

Так, частные планы интегрируются службой контроллинга в единый сводный план, составные элементы которого взаимосогласованы. Данная согласованность достигается, если служба контроллинга реализует координации, консультации, контроль в ходе исполнения всех этапов процессов планирования [4, с. 15].

Система государственного контроллинга в переходной экономике определяется двумя определяющими тенденциями. Во-первых, происходит либерализация экономики, сводящаяся к отказам государства от

монополий на ведение тех или других типов хозяйственной деятельности. Во-вторых, совершаются переходы от преимущественно административных способов государственного регулирования (посредством предписания, запрета, ограничения) к экономическим (через денежно-кредитные и бюджетно-налоговые системы) [2].

В переходной экономике роли государственного контроллинга в целом выше, чем в сформированном рыночном хозяйстве. Это определено такими причинами. Прежде всего, переходы от административно-командных систем к рыночным не происходит автоматически, в особенности, в странах, которые находятся на этапах индустриального общества (почти все постсоветские страны). Государство должно активно принимать участие в развитии рыночных институтов, в особенности, в разработке правил хозяйственной деятельности и контролировать их исполнение. Дальше, в переходной экономике рынки не сразу становятся основными регуляторами хозяйственных деятельностей, поэтому государству приходится активно внедряться в экономический процесс.

Контроллинг уже давно признан одним из результативных инструментов управлений, особенно при стратегических планированиях и государственном регулировании экономики [3].

Государственный контроллинг должен действовать как подсистема государственных управлений и по своему содержанию быть способом поддержки функции государственного управления. Его значимость устанавливается не только формированиями нужной для цели управлений оценочной экономической информации, но и обеспечением обратной связи между органами государственной власти и управляемыми экономическими системами.

Контроллинг позволяет обнаружить более результативные пути достижения поставленной цели [5, с. 169]. Цели должны быть реальные, такие, которые могут быть исполнены своими силами с применением минимальных затрат.

Существуют два вида целей - макроцели (цели организаций) и микроцели (индивидуальные цели сотрудников). Исполнение каждым работников своей цели обеспечивает исполнение поставленных целей организации в целом. Каждый сотрудник должен быть ответственным за исполнение своих задач. Целью является ликвидация причин, а не наказание виноватых.

Главная задача контроллинга в системе управления – скоординировать функции стратегического планирования и системы стратегического информационного обеспечения (стратегический контроллинг).

Главная задача оперативного контроллинга в управлении – оказание помощи менеджеру в достижениях запланированной цели. В границах стратегического анализа, который осуществляется системой контроллинга - нужно зафиксировать исходную ситуацию, потенциал и стратегические люки компании, анализ исходной ситуации позволит выявить его слабые и сильные стороны на этапе оценок стратегии, стоит искать и конкретизировать альтернативные варианты, которые позволят достигнуть поставленной цели и ликвидировать люки.

Список литературы

1. Анискин Ю. П., Павлова А. М. Планирование и контроллинг: Учебник. – М.: Омега-Л, 2013. – 280 с.
2. Баринов В. А., Харченко В. Л. Стратегический менеджмент: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2014
3. Башкатова Ю. Роль контроллинга в планировании основной деятельности предприятия//Власть. 2012. - №12. –С. 232.
4. Локтев С.А. Аналитическое планирование как основа производственного менеджмента предприятий в условиях нестабильной среды. –Новосибирск, 2013. – 275 с.
5. Манн Рудольф. Контроллинг для начинающих. – М.: Финансы и статистика, 2014. – 208 с.

УПРАВЛЕНЧЕСКОЕ КОНСУЛЬТИРОВАНИЕ: КЛАССИФИКАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ

Лапицкая Л.В., Федоров А.И.

Ульяновский государственный университет

Развитие глобализации и свободной торговли требует корректировки существующих концепций развития региональных потребительских рынков, освоения новых технологий ведения бизнеса. В этих условиях возрастает роль предприятий, оказывающих консалтинговые услуги.

Консалтинг – деятельность, осуществляемая по заказу корпоративных клиентов юридическими или физическими лицами, и направленная на решение проблем предприятий, их функционирования и развития.

Предприятие, ведущее консалтинговую деятельность, оказывает множество консалтинговых услуг. Классифицируя их, можно выделить два основных вида:

- с точки зрения предмета консультирования - попредметная классификация, которая распространена в большей степени, поскольку она понятнее потребителям консалтинговых услуг. Согласно ей консалтинговые услуги квалифицируются в зависимости от тех разделов управленческого консультирования, на которые они направлены: общий менеджмент, финансовый менеджмент, производственный менеджмент и т.д. [4, с. 47];

На рынке Ульяновской области вследствие динамичного роста маркетингового направления, обусловленного накоплением маркетингового опыта, усложнением конкурентной среды, а так же ужесточением конкуренции, наиболее активно формируемым, на данном этапе, является маркетинговый консалтинг [2; с. 44].

Например, сеть торговых центров «СтройГрад» делегирует часть маркетинговой деятельности консалтинговому маркетинговому агентству «Артефакт». В основном к делегируемой деятельности относятся полевые исследования – наблюдения, эксперименты, опросы потребителей, фокус-группы.

Помимо маркетингового, активно развивается кадровый консалтинг. Вернемся к компании «СтройГрад». Компания занимается строительством и последующим девелопментом офисных и торговых площадей. Организационная структура предприятия в значительной степени широкая. Однако, компания «СтройГрад» не имеет собственного отдела кадров. Предварительные собеседования, подбор и оценку персонала осуществляет консалтинговая компания «Агентство кадровых решений». Компания состоит из команды профессиональных рекрутеров, имеющих сертификаты международных стандартов и высокую квалификацию.

- с точки зрения метода консультирования – методологическая классификация [4, с.47-48], которая профессионально ориентирована на самих консультантов, так как квалифицирует их в зависимости от методов работы. Согласно этой классификации различают:

- Процессное консультирование (проектное) заключается в совместной работе консультанта с персоналом и руководством компании-заказчика в области разработки и внедрения проектов по оптимизации процессов в компании, необходимых для достижения конкретных целей.

На рынке Ульяновской области процессное консультирование в большей степени развивается в направлении маркетинга. Компании активно сотрудничают с маркетинговыми консалтинговыми компаниями (такими как Артефакт, Фогель Консалтинг, Бизнес центр и др.) для достижения синергии в разработке проектов маркетинговых исследований, что способствует эффективности маркетинговой политики предприятия.

Не менее активно развивается направление проектного консалтинга в сфере интернет-маркетинга. В современном мире социальные сети играют весомую роль в восприятии бренда потенциальными потребителями. Поэтому реклама стремится найти свое место в виртуальном пространстве. Это обуславливает развитие интернет-ориентированных маркетинговых консалтинговых компаний, таких как Social lift. Компании ведут постоянную поддержку известных брендов в интернет-пространстве, сопровождая ее систематическими рекламными акциями и розыгрышами, с целью завоевания лояльности потребителей. Собственные отделы маркетинга крупных компаний редко включают в свой состав специалистов SMM-маркетинга, как следствие, реклама в виртуальном пространстве делегируется консалтинговым агентствам в полном объеме.

- Экспертное консультирование предусматривает разработку решений и рекомендаций по их внедрению после проведения диагностики компании-заказчика.

В экспертном варианте консультант выступает в роли высококвалифицированного специалиста – эксперта, который самостоятельно осуществляет диагностику, разработку решений и рекомендаций по их внедрению. Обязанность клиента - обеспечить консультанту необходимые условия для работы и требуемую информацию, а также реализацию советов и предложений консультанта. При экспертном консультировании успех проекта определяется следующими факторами: квалификацией эксперта, а также умением и желанием клиента воспользоваться полученными рекомендациями. При отсутствии второго фактора даже самая высокая экспертная квалификация консультанта и профессиональные рекомендации не смогут сделать проект успешным.

При экспертном консультировании, потребность в консультантах вызвана необходимостью реализации углубленного или экспресс-анализа ситуации, с целью выявления актуальных проблем предприятия и определения направлений и областей совершенствования деятельности.

Практика показывает, что рынок услуг консультантов экспертного консалтинга имеет достаточно четкие границы. Как правило, это юридические, бухгалтерские, финансовые, налоговые, технические вопросы. То есть клиент нуждается в помощи эксперта, который предложит готовое решение, опираясь на свой профессионализм и опыт в конкретной сфере деятельности предприятия [1, С.82].

Экспертное консультирование широко развивается на федеральных рынках, региональные же предприятия чаще обращаются к процессному или обучающему консалтингу. В основном, заказчиками экспертного консультирования в регионе выступают крупные предприятия, с развитыми организационными структурами и

профессиональным менеджментом. Руководство подобных предприятий не жалеет бюджета на экспертное консультирование, справедливо полагая, что инвестиции в развитие и совершенствование внутренних процессов способны принести количественные и качественные результаты как в краткосрочной, так и в долгосрочной перспективе.

Например, кондитерская фабрика «Глобус» уделяет активное внимание эффективности собственного производства. В связи с этим, на фабрику регулярно приглашаются эксперты международных компаний, сотрудничающие с крупными игроками на мировых кондитерских рынках, с целью повысить качество производства и усовершенствовать технологию выпуска готовой продукции.

Другим примером компании, привлекающей экспертное консультирование на ульяновском рынке, считается девелопментская компания «DARS». Менеджмент компании использует экспертное консультирование не только в качестве метода совершенствования бизнес-процессов, но и как способ поддержания высокого уровня корпоративной культуры.

- Обучающее консультирование заключается в том, что роль консультанта сводится к предоставлению клиенту необходимой теоретической или (и) практической информации в форме семинаров, лекций, тренингов, методических пособий.

Обучающее консультирование можно рассматривать как форму внедрения знаний в экономическую деятельность, альтернативную такой традиционной форме, как обучение. При этом знания, которыми обладают консультанты, трансформируются так, чтобы решить конкретные проблемы того или иного предприятия. При обучении же знания в области менеджмента, экономики, права и т. д. передаются менеджерам в общей форме и затем уже применяются ими уже на практике [1, с.96].

Катализатором обучающего консультирования на рынке Ульяновской области выступает консалтинговое бизнес-тренинговое агентство Smart team. Основная деятельность компании – проведение систематических обучающих семинаров и тренингов для руководства компаний, топ-менеджмента и персонала высшего звена.

В заключение можно отметить, что консалтинг это, как правило, B2B (business to business – бизнес для бизнеса) [3, с.94]. Консалтинговые фирмы оказывают профессиональные услуги в разнообразных сферах (маркетинг, логистика, управление персоналом, IT и многое другое), причем эти услуги могут оказываться в формах проектного, экспертного, а так же обучающего консультирования. Выбор конкретного вида зависит от текущего состояния компании, а так же целей, к которым она стремится.

Список литературы

1. Блинов А.О. Управленческое консультирование: учебник для магистров / Блинов А.О., Дресвянников В.А. – М.: Дашков и Ко, 2013. – 304 с.
2. Лапицкая Л.В. О развитии интегрированного маркетинга в России: взгляд из региона // Вестник Удмуртского университета, 2012, Вып. №4, серия 2: Экономика и право. – С. 40-45.
3. Майстер Д. Консалтинговые услуги – М.: АКЭУ, 2006. – 244 с.
4. Посадский А.П. Консультационные услуги в России / Посадский А.П., Хайниш С.В. – М.: Финстатинформ, 2009. – 171 с.

ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ВНУТРИФИРМЕННОГО ПЛАНИРОВАНИЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНО-ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ РЕСУРСОВ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Кольке Г.И.

Сибирский казачий институт технологий и управления (филиал) федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Московский государственный университет технологий и управления имени К. Г. Разумовского (Первый казачий университет)», г.Омск

Современное предприятие находится под постоянным агрессивным воздействием внешней среды. Высокая конкуренция и недостаток финансовых ресурсов заставляет руководство предприятия постоянно проводить самообследование с целью выявления дополнительных ресурсов, позволяющих конкурировать на рынке. Обладая достаточным объемом производственных ресурсов, но не обладая интеллектуальными ресурсами (интеллектуальной составляющей) невозможно обеспечить конкурентоспособность предприятия на должном уровне. Именно сейчас особенно остро встает задача выявления и планирования особого вида ресурсов – интеллектуально-производственных ресурсов (ИПР), который включает в себя имеющиеся ресурсы и

незадействованные резервы предприятия с целью обеспечения и поддержания конкурентных преимуществ предприятия в условиях конкурентного рынка [1].

ИПР основываются на такой комбинации материальных и нематериальных ресурсов предприятия, которая обеспечивает существенные выгоды для потребителей, может быть использована применительно к разным продуктам и рынкам без какого либо ущерба для каждого из них и является трудно копируемой конкурентами.

Под планированием интеллектуально-производственных ресурсов подразумевается система наблюдения, оценки, анализа, разработки планов и прогнозов для организационных изменений, вызванных использованием ИПР.

Для эффективного планирования ИПР необходимо провести мониторинг ресурсы данного вида, который заключается в создании непрерывной системы наблюдения, формирования критериев показателей развития интеллектуального потенциала промышленного предприятия, выявлении проблем, разработке и применении методов их решения.

Оценку и анализ ИПР с целью их дальнейшего планирования необходимо осуществлять в три этапа (Рисунок 1):

- ✓ подготовительный (формирование информационной базы);
- ✓ расчетный (определение параметров для анализа ИПР);
- ✓ аналитический (раскрытие полученных результатов анализа).

В процессе деятельности предприятия накапливается большое количество информации, в том числе и по интеллектуально-производственным ресурсам. При этом лишь для небольшой части информации регламентирован порядок и определены формы представления. Поэтому эффективность методики планирования интеллектуально-производственных ресурсов зависит, прежде всего, от полноты информации, которую можно обеспечить для проведения планирования и которая может быть доступна в ходе его проведения.

Подготовительный этап проведения анализа, предполагающий обследование интеллектуально-производственных ресурсов, служит для подготовки исходной информации об их состоянии, а также методического и информационного обеспечения.

Определение структуры интеллектуально-производственных ресурсов осложняется тем, что данные ресурсы включают в себя различные элементы, для оценки которых необходимы не только различные единицы измерения, но и различные показатели параметров составляющих ресурсов, методы расчетов и форм оценки.



Рис.1. Процедура внутрифирменного планирования интеллектуально-производственных ресурсов промышленных предприятий

Подготовительный этап предусматривает выявление стареющей информации и проверку достоверности исходной информации. В зависимости от результата данной проверки необходимо провести корректировку методике анализа и дальнейших расчетов.

Особое внимание следует уделить аналитическому этапу планирования интеллектуально-производственных ресурсов, так как на данном этапе проводится непосредственно анализ полученных результатов и дается оценка состояния интеллектуально-производственных ресурсов, их отдельных составляющих (в зависимости от поставленных задач). В процессе анализа, учитывая сложный состав интеллектуально-производственных ресурсов, необходимо учитывать дополнительную информацию, которая даст возможность проведения более глубокого и детального проведения анализа.

В процессе анализа возможно возникновения ситуации, которая потребует корректировки методики проведения анализа ИПР.

Необходимо отметить, что итогом проведенного анализа является представление информации в форме, удобной для дальнейшего использования. Результаты анализа лучше предоставить в виде таблицы, позволяющей систематизировать полученные результаты и принять соответствующее управленческое решение.

Для более детального анализа ИПР рекомендуется для каждой составляющей ИПР определить наибольшее количество показателей, которые позволят получить необходимую и оптимальную информацию для планирования ИПР. Однако, следует помнить, что излишняя информация, на которую будет потрачено много времени и сил, может быть не востребована и просто лишней. Важно отметить, что анализ ИПР проводится различными специалистами предприятия, поэтому для принятия управленческих решений отчет по оценке ИПР должен быть представлен, чтобы не было двоякого его чтения.

Завершающим этапом в оценке ИПР является планирование и прогнозирование данного вида ресурсов. Причем самым сложным опять же является оптимальное количество ИПР на предприятии, так как излишнее количество данного вида ресурсов может привести к излишним затратам на их содержание.

На достоверность полученных результатов оказывает влияние ряд факторов, среди которых следует выделить следующие:

- ✓ структура интеллектуально-производственных ресурсов;
- ✓ уровень детализации информации, ее достоверность, динамика и пр.;
- ✓ адекватность и полнота используемой информации, методики анализа для реальной оценки состояния

ИПР и т.д.

Таким образом, учитывая все вышеизложенное аналитики предприятия может не только оценить наличие и состояние интеллектуально-производственных ресурсов, но и предложить мероприятия с целью эффективного использования имеющихся ИПР и привлечения недостающих для осуществления производственной деятельности.

Список литературы

1. Кольке Г.И. Внутрифирменное планирование интеллектуально-производственных ресурсов машиностроительных предприятий. Дис. канд. экон.наук: 08.00.05 .-М.: РГБ, 2011.
2. Лукичева Л.И., Егорычев Д.Н. Внутрифирменное управление интеллектуальными активами / Лукичева Л.И., Егорычев Д.Н. – М.: ООО «Омега-Л», 2004.- 192 с.

СЕКЦИЯ №3.

ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.10)

БРОКЕРСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ НА РЫНКЕ ЦЕННЫХ БУМАГ АЗЕРБАЙДЖАНА

**Садыгов Э.М., доктор экономических наук, профессор кафедры Банковское дело
Азербайджанского государственного экономического университета, г.Баку**

В рыночной экономике первостепенное значение приобретает финансовый рынок. Через него привлекаются денежные средства предприятий, государства, частных лиц, превышающие их текущие потребности и в качестве кредитных средств направляющиеся на развитие производства и других сфер экономики. В руках кредитора капитал находится в виде ценных бумаг.

Результатом экономических реформ стало быстрое перераспределение доходов, ранее поступающих в государственный бюджет, в пользу предприятий, а от предприятий — к населению. Такое перераспределение доходов явилось неизбежным следствием демократизации хозяйственной жизни, но происходило оно в условиях неразвитости адекватной системы стимулов для инвестиций и системы рыночного формирования и распределения инвестиционных ресурсов (финансового сектора), хотя доля сбережений в доходах как физических, так и юридических лиц осталась высокой.

Рынок ценных бумаг — регулятор многих стихийно протекающих в рыночной экономике процессов. Это относится, прежде всего, к процессу инвестирования капитала. Последний предполагает, что миграция капитала осуществляется в виде его прилива к местам необходимого приложения и оттока капитала из тех отраслей производства, где имеется его излишек. Механизм этого движения известен: растет спрос на какие-нибудь товары (услуги), соответственно растут их цены, растут прибыли от их производства, и в эти отрасли переходят свободные капиталы, покидая те отрасли производства, на продукцию которых спрос сокращается и которые становятся экономически менее эффективными.

Рынок ценных бумаг — это составная часть рынка любой страны. Его основой являются товарный рынок, деньги и денежный капитал

Профессиональный участник рынка ценных бумаг, осуществляющий брокерскую деятельность, именуется брокером.

В случае оказания брокером услуг по размещению эмиссионных ценных бумаг брокер вправе приобрести за свой счет не размещенные в срок, предусмотренный договором, ценные бумаги.

Брокер должен выполнять поручения клиентов добросовестно и в порядке их поступления. Сделки, осуществляемые по поручению клиентов, во всех случаях подлежат приоритетному исполнению по сравнению с дилерскими операциями самого брокера при совмещении им деятельности брокера и дилера.

В случае если конфликт интересов брокера и его клиента, о котором клиент не был уведомлен до получения брокером соответствующего поручения, привел к причинению клиенту убытков, брокер обязан возместить их в порядке, установленном гражданским законодательством.

Денежные средства клиентов, переданные ими брокеру для инвестирования в ценные бумаги, а также денежные средства, полученные по сделкам, совершенным брокером на основании договоров с клиентами, должны находиться на отдельном банковском счете (счетах), открываемом брокером в кредитной организации (специальный брокерский счет). Брокер обязан вести учет денежных средств каждого клиента, находящихся на специальном брокерском счете (счетах), и отчитываться перед клиентом. На денежные средства клиентов, находящиеся на специальном брокерском счете (счетах), не может быть обращено взыскание по обязательствам брокера. Брокер не вправе зачислять собственные денежные средства на специальный брокерский счет (счета), за исключением случаев их возврата клиенту и/или предоставления займа клиенту в установленном порядке.

Профессиональные участники рынка ценных бумаг, осуществляющие брокерскую деятельность, при совершении гражданско-правовых сделок с ценными бумагами от имени и за счет клиента-нерезидента и (или) от своего имени и за счет клиента-нерезидента на основании брокерских договоров с клиентами-нерезидентами обязаны проводить расчеты по этим сделкам в валюте с использованием специальных брокерских счетов.

Специальные брокерские счета предназначены для проведения брокерами расчетов в валюте Азербайджана по брокерским операциям, связанным с инвестициями в ценные бумаги и осуществляемым ими на основании брокерских договоров, заключенных с клиентами-нерезидентами. На специальные брокерские счета зачисляются денежные средства клиентов-нерезидентов в валюте Азербайджана, переданные ими брокеру для инвестирования в ценные бумаги, а также полученные брокером по сделкам с ценными бумагами, совершенным на основании брокерского договора с клиентами-нерезидентами.

Специальные брокерские счета открываются и ведутся в кредитных организациях, являющихся в соответствии с валютным законодательством уполномоченными банками.

Для открытия специального брокерского счета брокер представляет в уполномоченный банк документы, установленные нормативными актами Банка Азербайджана, регулирующими порядок открытия и закрытия банковских счетов, банковскими правилами кредитной организации, открывающей специальный брокерский счет, в том числе надлежащим образом заверенную копию лицензии профессионального участника рынка ценных бумаг, предоставляющей право осуществлять брокерскую деятельность на рынке ценных бумаг.

Уполномоченные банки-брокеры, помимо специальных брокерских счетов, открываемых клиентам-брокерам, открывают специальные брокерские счета для учета денежных средств своих клиентов-нерезидентов. Специальные брокерские счета для учета денежных средств своих клиентов-нерезидентов открываются и ведутся уполномоченными банками самостоятельно на основании брокерских договоров с клиентами-нерезидентами. Указанные счета предназначены для учета средств клиентов-нерезидентов и расчетов с клиентами-нерезидентами и третьими лицами по брокерским операциям.

Количество специальных брокерских счетов, открытых на имя одного брокера в одном или нескольких уполномоченных банках, не ограничивается.

Брокер вправе использовать в своих интересах денежные средства, находящиеся на специальном брокерском счете (счетах), если это предусмотрено договором о брокерском обслуживании, гарантируя клиенту исполнение его поручения за счет указанных денежных средств или их возврат по требованию клиента. Денежные средства клиентов, предоставивших право их использования брокеру в его интересах, должны находиться на специальном брокерском счете (счетах), отдельном от специального брокерского счета (счетов), на котором находятся денежные средства клиентов, не предоставивших брокеру такого права. Денежные средства клиентов, предоставивших брокеру право их использования, могут зачисляться брокером на его собственный банковский счет. Обозначенные требования не распространяются на кредитные организации.

Брокер вправе предоставлять клиенту в заем денежные средства и/или ценные бумаги для совершения сделок купли-продажи ценных бумаг при условии предоставления клиентом обеспечения способом, предусмотренным настоящим пунктом. Сделки, совершаемые с использованием денежных средств и/или ценных бумаг, переданных брокером в заем, именуются маржинальными сделками.

При совершении маржинальных сделок брокер:

1) исполняет поручения клиента посредством перечисления денежных средств и/или поставки ценных бумаг, принадлежащих брокеру;

2) распоряжается денежными средствами клиента с целью приобретения ценных бумаг в размере, достаточном для проведения расчетов по возникшим вследствие совершения маржинальных сделок обязательствам клиента перед брокером по поставке ценных бумаг;

3) вправе продать (продать) учитываемые на счете депо клиента (разделе счета депо) или на лицевом счете клиента в системе ведения реестра ценные бумаги в объеме, достаточном для проведения расчетов с клиентом по его обязательствам перед брокером, возникшим вследствие совершения маржинальных сделок, в предусмотренных случаях.

Брокер вправе совершить маржинальную сделку при условии предоставления клиентом в обеспечение выполнения своих обязательств по займу, возникшему в результате совершения соответствующей маржинальной сделки, ценных бумаг, принадлежащих клиенту и/или приобретаемых брокером для клиента в результате совершения соответствующей маржинальной сделки; и/или предоставления клиентом в обеспечение выполнения своих обязательств по займу, возникшему в результате совершения соответствующей маржинальной сделки, денежных средств, принадлежащих клиенту и/или получаемых в результате совершения соответствующей маржинальной сделки.

Список литературы

1. Афонина С.Н. Рынок ценных бумаг. Москва 1997
2. Берзон Н.И., Буянова Е.А., Кожевников М.А., Чаленко А.В. Фондовый рынок. Москва 1999
3. Годовые отчеты Комитета Ценных Бумаг Азербайджана .Баку 2014
4. Журнал Бизнес и банки.Баку 2014.

ОБЩЕСТВЕННОСТЬ И БЮДЖЕТНЫЙ ПРОЦЕСС

Матвиенко И.И. кандидат экономических наук, доцент

Юридический институт ФГАОУ ВПО «Северный (Арктический) федеральный университет имени М.В.Ломоносова», г.Архангельск; ФГБУН «Архангельский научный центр УрО РАН», г.Архангельск

В России достаточно большую роль играет государственное регулирование экономики и социальных процессов, которое предусматривает распределение и перераспределение ресурсов в значительной степени через бюджетную систему государства. Бюджет любого уровня бюджетной системы РФ является основным финансовым планом территории, на которой он составляется, принимается и исполняется. Бюджетные параметры, заложенные в нем, определяют политику государства в различных сферах жизнедеятельности. Кроме того, он периодичен, поскольку бюджеты принимаются ежегодно. Бюджетный процесс является одним из основных властных процессов и имеет решающее значение в социальной сфере и экономике страны, следовательно, он должен быть максимально эффективным, прозрачным и открытым на всех этапах бюджетного процесса. Ведь в бюджетном процессе сталкиваются различные интересы, от результата которых зависит благосостояние общества в целом и каждого в частности.

В данной ситуации встает актуальная проблема учета как можно большего числа мнений и организация системы учета мнений. В настоящее время бюджеты в РФ реально составляются, принимаются и исполняются достаточно небольшой группой заинтересованных лиц, а участие общественности в бюджетном процессе во многом минимально и формально. Это обусловлено в определенной степени недостаточной прозрачностью и открытостью бюджетного процесса и размытостью законодательно закрепленных форм общественного участия.

Законодательные акты лишь только в общих чертах предусматривают пассивное и активное участие общественности в бюджетном процессе. Активное участие определяется законодательно закрепленной возможностью проводить общественные слушания или обсуждения в иной форме проектов бюджетов и отчетов об исполнении бюджетов. Это закреплено в п. 6 ст. 26.13 Федерального закона от 06.10.1999 № 184-ФЗ «Об общих принципах организации законодательных (представительных) и исполнительных органов государственной власти субъектов РФ», где предусмотрено, что по проекту бюджета субъекта РФ и годовому отчету об исполнении бюджета субъекта РФ проводятся публичные слушания. Ст. 28 Федерального закона от 06.10.2003 № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в РФ» в том числе предусматривает публичные слушания по проекту местного бюджета и отчету о его исполнении. Кроме этого, Федеральный закон от 21.07.2014 № 212-ФЗ «Об основах общественного контроля в РФ» в ст. 25 содержит основы общественных (публичных) слушаний в целом, не уточняя формы общественного участия в бюджетном процессе в частности.

Пассивное участие на основе ст. 36 Бюджетного кодекса РФ дает лишь возможность общественности ознакомиться с бюджетной информацией через СМИ и информационно-телекоммуникационную сеть "Интернет" на едином портале бюджетной системы РФ budget.gov.ru.

Как отмечалось ранее, деятельность органов власти характеризуется до сих пор недостаточной открытостью мероприятий по реализации бюджетного процесса, несмотря на введение с 2014 года в промышленную эксплуатацию единого портала бюджетной системы РФ. Поэтому общественности достаточно сложно получить представление о том, как именно реализуются основные этапы бюджетного процесса, кто является участником бюджетного процесса, кто несет ответственность за те или иные действия. Серьезной проблемой является недостаточная доступность бюджетной информации и формат ее предоставления, который достаточно труден для восприятия общественности. Общественность в основном не располагает информацией о направлениях расходования бюджетных средств, эффекте, полученном в результате их использования, соответствии предпринимаемых действий интересам и потребностям общества.

Основные задачи общественного участия на этапах бюджетного процесса должны быть следующими: 1) на этапе составления проекта бюджета – вовлечь общественность в определение приоритетов и подачу конкретных заявок; 2) на этапе рассмотрения и утверждения проекта бюджета – оказывать давление на органы власти по принятию (отклонению) бюджета и поправок к нему; 3) на этапе исполнения бюджета – осуществлять общественный контроль, содействовать исполнению контрольных функций органами власти, возможно, лоббировать корректировку бюджета; 4) при корректировке бюджета – аналогично этапу рассмотрения и утверждения проекта бюджета; 5) при отчете об исполнении бюджета и на всех этапах – содействовать правовому и организационному совершенствованию прозрачности и открытости бюджетного процесса и общественного участия в нем, вовлечения в участие общественности, квалифицированных и независимых экспертов, содействие депутатам в их информированности, исполнении функций представителей избирателей, в повышении их бюджетной и правовой квалификации.

Достижение общественностью поставленных по отношению к бюджетному процессу задач требует применения всех подходящих для реальной ситуации форм общественного участия. Принято выделять 5 форм общественного участия: 1-я группа - “публичные формы” (участие в публичных дискуссиях, встречах и кампаниях в СМИ, иные формы рекламы и агитации); 2-я группа - “экспертные формы” (общественная экспертиза, предложение органам власти профессиональных рекомендаций, проектов решений, социальных и иных программ, образовательных программ для представителей властей); 3-я группа - “непубличные формы” (обращения к представителям властей, обращения в суд и т.п.); 4-я группа - “формы прямого участия” (прямое участие в реализации социального заказа, грантов и т.п. программ органов власти); 5-я группа - “косвенные формы” (косвенные действия). Однако наиболее результативным в бюджетном процессе является, как правило, использование комплекса мероприятий, относящихся к разным формам общественного участия (с обязательным использованием “экспертных форм”).

Для того чтобы деятельность органов власти стала более прозрачной и открытой требуется более активное вовлечение общественности в бюджетный процесс путем проведения следующего минимума мероприятий: 1. организация общественных слушаний или обсуждений в иной форме по бюджетным вопросам; 2. привлечение общественности к обсуждению проектов бюджетов и отчетов об исполнении бюджетов, проектов нормативно-правовых актов, планов и программ в бюджетной сфере; 3. консультации с общественностью, в первую очередь, по направлениям расходования бюджетных средств; 4. публикация в СМИ и в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" бюджетной информации в доступной для восприятия форме (информации о направлениях бюджетной политики, проектов бюджетов, отчетов об исполнении бюджетов и т.п.); 5. опросы общественного мнения.

Критериями усиления общественного участия в бюджетном процессе можно считать появление и рост числа положительных фактов по каждому из следующих 6 направлений: 1) правовые основы доступности бюджетной информации; 2) правовые основы общественного участия в бюджетном процессе; 3) практическая доступность бюджетной информации; 4) независимое изучение бюджета и бюджетного процесса, предложение рекомендаций по их совершенствованию; 5) фактическое участие общественности в бюджетном процессе; 6) результативность участия.

Для совершенствования бюджетного процесса и общественного участия в нем необходимо, в первую очередь на региональном и муниципальном уровне, осуществить следующий порядок действий: 1. разработать и утвердить комплекс мероприятий по вовлечению общественности в бюджетный процесс на всех его этапах; 2. ознакомить общественность с различными формами общественного участия в бюджетном процессе, в том числе с формами общественного контроля; 3. разработать формат публичного представления информации о бюджете в доступном для понимания общественности виде.

Организация реального и действенного участия общественности в бюджетном процессе позволит не только непосредственно принимать участие в распределении и перераспределении ресурсов и влиять на конечный результат, но и снижать коррупционные риски, что будет способствовать развитию концепции демократии участия в России.

Список литературы

1. «Бюджетный кодекс РФ» от 31.07.1998 № 145-ФЗ (ред. от 13.07.2015) // «Собрание законодательства РФ», 03.08.1998, № 31, ст. 3823.
2. Единый портал бюджетной системы РФ [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://budget.gov.ru>
3. Общественное участие в бюджетном процессе: опыт и технологии / Под ред. Т.И.Виноградовой - СПб.: Норма, 2002. - 220 с.
4. Общественное участие в бюджетном процессе / Составители П.В.Исаев, Т.А.Бородина, Ю.А.Бойко. - Ярославль: 2002. - 140 с.
5. Федеральный закон от 21.07.2014 № 212-ФЗ «Об основах общественного контроля в РФ» // «Собрание законодательства РФ», 28.07.2014, № 30 (Часть I), ст. 4213.
6. Федеральный закон от 06.10.1999 № 184-ФЗ «Об общих принципах организации законодательных (представительных) и исполнительных органов государственной власти субъектов РФ» (ред. от 13.07.2015) // «Собрание законодательства РФ», 18.10.1999, № 42, ст. 5005.
7. Федеральный закон от 06.10.2003 № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в РФ» (ред. от 29.06.2015) // «Собрание законодательства РФ», 06.10.2003, № 40, ст. 3822.

ОСОБЕННОСТИ ИСЧИСЛЕНИЯ НАЛОГА НА ДОХОДЫ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ СТРАХОВЫМИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ С ФОНДА СТРАХОВЫХ ВЫПЛАТ

Д.э.н., профессор Муравлева Т.В.

Саратовский социально-экономический институт РЭУ им. Г.В. Плеханова, г.Саратов

Страховые организации являются такими же налогоплательщиками, как и прочие организации. Поэтому они выступают налоговыми агентами по отношению к своим работникам всячески с налоговыми отношениями, возникающими по выплате заработной платы. Кроме того, у них возникают обязательства налоговых агентов и по страховым выплатам для застрахованных лиц. Порядок определения налоговой базы по налогу на доходы физических лиц (НДФЛ) по договорам страхования достаточно подробно описан в статье 213 Налогового кодекса [1].

В ней определены страховые случаи, при которых доходы в виде страховых выплат не учитываются при определении налоговой базы:

1) доходы по договорам обязательного страхования. В качестве примера можно привести доходы, полученные лицами по страхованию по страхованию гражданской ответственности владельцев транспортных средств;

При этом страховые выплаты по договорам страхования автогражданской ответственности владельцев транспортных средств не будут включаться в налоговую базу по налогу на доходы физических лиц вне зависимости от того являлся ли страхователем сам автовладелец или страхователем выступало другое лицо, которое имело право застраховать риск владельца транспортного средства[4].

На протяжении последнего десятилетия неоднократно изменялся порядок расчета налога на доходы физических лиц с доходов, полученных по договорам страхования. На сегодняшний день любые выплаты по договорам добровольного досрочного страхования облагаются НДФЛ, в том числе и по тем договорам, которые были заключены на срок более пяти лет. Даже в случае, если по ним не были предусмотрены выплаты. Исключение составляют выплаты осуществленные в случае смерти застрахованного лица[1].

2) не учитываются при расчете налогооблагаемой базы по НДФЛ и выплаты по договорам добровольного страхования жизни в случае выплат по дожитию до определенного возраста застрахованного лица или срока наступления события, указанного в договоре страхования, но только в том случае, если суммы страховых выплат не превышают сумм внесенных им страховых взносов, увеличенных на сумму, рассчитанную путем последовательного суммирования произведений сумм страховых взносов, внесенных со дня заключения договора страхования ко дню окончания каждого года действия такого договора добровольного страхования жизни

(включительно), и действовавшей в соответствующий год среднегодовой ставки рефинансирования Центрального банка Российской Федерации. Во всех других случаях данная разница будет облагаться налогом на доходы физических лиц у источника выплаты страховой премии.

Обязанность по уплате налога на доходы физических лиц по договорам страхования возникает только в случае превышения суммы выплат над суммой страховых взносов. При этом полученная разница должна быть умножена на среднюю ставку рефинансирования за каждый год действия договора. Для определения средней ставки рефинансирования необходимо сложить ставки рефинансирования, действующие на начало каждого месяца, а затем эту сумму необходимо разделить на количество расчетных месяцев. Если речь идет о годе, то на 12 [5].

Если происходит досрочное расторжение договора добровольного страхования жизни в результате чего возвращаются физическим лицам денежные или так называемые выкупные суммы, то полученный доход в виде разницы между данной суммой и уплаченными страховыми взносами подлежит включению в налогооблагаемую базу и облагается НДФЛ у источника выплаты. Исключение составляют выплаты в случае расторжения данных договоров по причинам, не зависящим от воли сторон, заключающих договора [2].

3) не включаются в налогооблагаемую базу выплаты, полученные по договорам, предусматривающим нанесение вреда здоровью человека, возмещения оплаты медицинских расходов или если страховым случаем является наступление смерти застрахованного лица. Однако затраты на санитарно-курортное обслуживание подлежат включению в налогооблагаемую базу по НДФЛ на общих основаниях;

4) не подлежит налогообложению НДФЛ выплаты по договорам добровольного пенсионного страхования, заключенным физическими лицами в свою пользу со страховыми организациями, при наступлении пенсионных оснований в соответствии с законодательством Российской Федерации. Если происходит досрочное расторжение договоров, то формирование налогооблагаемой базы происходит по аналогии с досрочным расторжением договоров добровольного страхования жизни. То есть при расторжении договоров добровольного пенсионного страхования и возврата застрахованному лицу выкупной суммы объектом налогообложения является разница между полученной суммой и суммами уплаченных страховых взносов. Налогообложение производится у источника выплаты доходов. Спецификой именно этого пункта является то, что взносы на негосударственное пенсионное страхование могут быть возвращены в виде социального налогового вычета, поэтому при определении налогооблагаемой базы учитываются суммы полученного налогового вычета. Однако если расторжение договора негосударственного пенсионного страхования произошло по причинам, не зависящим от воли сторон, то объект обложения налогом на доходы физических лиц не возникает.

В этом случае страховая организация учитывает при определении налогооблагаемой базы весь период в котором налогоплательщик имел право на получение социального налогового вычета.

Однако налогоплательщик имеет право не получать социальный налоговый вычет, взять справку в налоговых органах о том, что данный вычет ему предоставлен не был и, на основании данного документа, страховая организация не будет начислять налог на доходы данному физическому лицу в рамках указанных сумм.

Все вышеперечисленное относится исключительно к договорам негосударственного добровольного страхования. Если же работодатель производит страхование в рамках обязательного страхования или в рамках страхования, предусматривающего возмещение вреда жизни и здоровью застрахованных лиц, то объект налогообложения по НДФЛ не возникает [3].

Доход, подлежащий налогообложению налогом на доходы физических лиц может возникать и в случае добровольного имущественного страхования и (или страхования гражданской ответственности владельцев транспортных средств. В частности, при:

1) повреждении застрахованного имущества. При этом объект налогообложения рассчитывается как разница между полученной суммой и стоимостью восстановления или ремонта этого имущества. Стоимость необходимого ремонта должна быть подтверждена соответствующими документами: актом, заключением, калькуляцией, которые должны быть составлены страховщиком и независимым экспертом или оценщиком. Суммы возмещенные за проведение данных экспертных и оценочных работ, связанных с оценкой ущерба не облагаются налогом на доходы физических лиц.

2) уничтожения или гибели застрахованного имущества. В этом случае объект налогообложения рассчитывается как застрахованная сумма уменьшенная на стоимость застрахованного имущества (на дату заключения договора) и на стоимость уплаченных страховых взносов.

Современная редакция статьи 213 НК РФ предполагает, что налогом на доходы облагаются взносы уплаченные не только его работодателем в пользу физического лица, но и любыми другими организациями или индивидуальными предпринимателями в пользу физического лица, выступающего в качестве застрахованного. Даже если они и не являются для него работодателями. Это достаточно справедливое положение, позволяющее

избежать ряда недобросовестных схем выплаты доходов в пользу застрахованного лица. Это позволяет поставить в равные условия добросовестных и недобросовестных налогоплательщиков.

В результате произведенного анализа особенностей исчисления налога на доходы физических лиц страховыми организациями с фонда страховых выплат, можно сделать вывод о том, что подавляющее большинство выплат страховых организаций физическим лицам за весьма редким исключением подлежит обложению налогом на доходы физических лиц по ставке 13%. При этом нельзя сказать, что это влечет за собой ущемление физических лиц в своих правах или же возникают случаи двойного налогообложения. Данный подход способствует исключительно соблюдению принципа равенства налогообложения, обеспечивает его прозрачность и «выведение из тени» отдельных видов доходов физических лиц.

Список литературы

1. Налоговый кодекс РФ с изменениями и дополнениями/ Информационно справочная система Консультант Плюс Код доступа: http://www.consultant.ru/popular/nalog2/3_4.html#p9776
2. Мамедов А.А. «Особенности правового регулирования налогообложения в сфере страхования» Законодательство и экономика. – 2004. - № 9 (245).
3. Муравлева Т.В. Налогообложение организаций финансового сектора экономики . Саратов. Издат.центр Саратовского социально-экономического института РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2014.
4. Осипчук Л.И. «Изменения в налогообложении доходов, полученных физическими лицами по договорам страхования» Финансовая газета. – 2008. - №35.
5. Родионов А.А. «Зарплатные налоги» Главбух. 2011. -№16.

ОСОБЕННОСТИ ОБРАЩЕНИЯ ЦЕННЫХ БУМАГ РОССИЙСКИХ ЭМИТЕНТОВ НА МИРОВЫХ ФОНДОВЫХ БИРЖАХ

Бризицкая А.В., Сакун С.В.

Дальневосточный Федеральный Университет, г.Владивосток

Российский фондовый рынок, как известно, постепенно «вытекает» за пределы страны, и большая часть привлекаемых местными компаниями средств поступает за счет размещений еврооблигаций и американских депозитарных расписок на международных рынках капитала, а не на внутреннем рынке. По своей сути отечественный рынок первичных размещений, как это не парадоксально звучит, стал англо-американским.

Сегодня порядка 29% суммарного оборота российского рынка акций и рынка депозитарных расписок на акции российских компаний приходится на такие зарубежные биржи, как LSE (Лондонская фондовая биржа) и NYSE (Нью-Йоркская фондовая биржа) (68% и 3% приходится на ММВБ и РТС соответственно). 87% суммарного оборота рынка депозитарных расписок на акции отечественных компаний на зарубежных площадках приходится на Лондонскую фондовую биржу, которая за последние несколько лет стала основной иностранной площадкой для листинга ценных бумаг российских эмитентов. Так, практически все IPO российских компаний на сумму свыше 400 млн долл. США сопровождалось листингом на LSE, который обеспечил им большой круг заинтересованных инвесторов и необходимую ликвидность для поддержания вторичного рынка размещаемых ценных бумаг [43].

В Табл.1 отображено количество российских компаний, которые на сегодняшний день прошли листинг на Нью-Йоркскую, Гонконгскую и Лондонскую фондовые биржи. Гонконгская бирж взята нами для исследования как крупнейшая биржа Азиатского региона.

Таблица 1

Количество компаний, прошедших процедуру листинга на мировые фондовые биржи на конец 2014 г., шт.

Наименование Фондовой биржи	Аббревиатура	Количество эмитентов, шт.		
		Всего	В т.ч. зарубежных	В т.ч. российских
Нью-Йоркская фондовая биржа	NYSE	3745	489	2
Лондонская фондовая биржа	LSE	2864	1450	32
Гонконгская фондовая биржа	HKEx	1657	90	2

Источник: Составлено по [2,3,5]

Итак, мы видим, что на конец 2014 г. NYSE занимает первое место по количеству листинга, всего 3745 компании прошли листинг на данную биржу, 489 компаний являются зарубежными, в том числе 3 компании – российские эмитенты. Обыкновенные именные бездокументарные акции российских компаний в форме американских депозитарных расписок торгуются на данной бирже.

Так, например, российская компания ОАО «Вымпелком», впервые проводившая первичное размещение акций в Нью-Йорке в 1996 г. уже в 2013 г. сменила торговую площадку и начала дотироваться на NASDAQ. Как и прогнозировалось перенос торгов на NASDAQ сделал расписки компании более ликвидными, ведь на этой бирже традиционно больше телекоммуникационных и технологических бумаг. В настоящее время из российских компаний телекоммуникаций на NYSE продолжают торговаться только ADR МТС, компания вошла на площадку в 2010 г. и пока она не рассматривает возможность перехода на другую площадку. У ОАО «МТС» высокий коэффициент Free Float (данный показатель отражает, какая доля от всех ценных бумаг компании крутится в свободном обращении на фондовом рынке среди частных инвесторов) и нет нужды принимать специальные меры для оживления торгов.

В октябре 2004 г. ОАО «Мечел» провел IPO на Нью-Йоркской фондовой бирже. Компания испытывала некоторые трудности с соответствием критерия листинга данной биржи. Так, 30 октября 2014 г. «Мечел» получил официальное уведомление от биржи о том, что ADR на обыкновенные акции компании перестали соответствовать одному из условий листинга на NYSE, а именно – средняя цена закрытия ценной бумаги за последние 30 торговых сессий должна быть выше 1 долл. США. Однако с ростом курсовой стоимости акций требования биржи были соблюдены. 27 февраля 2015 г. средняя цена закрытия за последние 30 торговых сессий составила 1,26 долл. США за ADR.

Стоит отметить, что ранее, на бирже NYSE в форме ADR уже присутствовали акции ряда российских компаний ОАО «Ростелеком» и ОАО «Вимм-Билль-Данн». Однако эти компании-эмитенты провели на бирже NYSE делистинг своих ADR, то есть, они ушли с этой биржи (Вимм-Билль-Данн при этом продал свои ADR PepsiCo).

Далее представлена фондовая биржа Лондона с показателем равным 2864 компании прошедшие листинг, и около 50% этого количества – зарубежные эмитенты. Именно на LSE дотируется большее количество российских компаний, на начало 2014 г. 32 компании успешно прошли процедуру листинга данной биржи (См. табл.2).

Обыкновенные именные бездокументарные акции российских эмитентов обращаются на LSE в виде американских депозитарных расписок, выпущенных американским банком-депозитарием The bank Of New York Mellon.

Третье место занимает Гонконгская фондовая биржа с 1657 компаний прошедших процедуру листинга, всего 90 зарубежных компаний и 2 российские компании.

Первой российской компанией, разместившейся в Гонконге, стала ОАО «Русал». IPO прошло в 2010 г. В ходе размещения компания продала 10,6% акций и получила за них 2,24 млрд долл. США. Крупнейшими инвесторами тогда стали Внешэкономбанк и Ливийский Государственный Фонд. Однако бумаги не пользовались особым спросом, и в 2013 г. заговорили о возможном уходе компании с гонконгского рынка. Но на сегодняшний день ситуация стабилизировалась и компания продолжает успешно прибывать на данной бирже.

Таблица 2

Российские компании, успешно прошедшие процедуру листинга на LSE

Дата размещения	Эмитент	Рыночная капитализация, млн долл. США	Средневзвешенный оборот, млрдолл. США	Дата размещения	Эмитент	Рыночная капитализация, млрдолл. США	Средневзвешенный оборот, млрдолл. США	
1996	ОАО «Татнефть»	12,9	30	2005	ГК «ПИК»	15	2	
	ОАО «Газпром»	275	20		ОАО «Магнитогорский металлургический комбинат»	12	70	
997	ОАО «Лукойл»	70	150		ОАО «ВТБ»	30	35	
2004	ГМК «Норильский никель»	50	100		ОАО «Группа ЛСР»	2,18	1	
	ОАО «Сургутнефтегаз»	50	40		ОАО «Уралкалий»	8,42	3	
	ОАО «Мосэнерго»	60	40		ОАО «Фармстандарт»	1,8	1	
	ОАО «Ростелеком»	20	6		ОАО «Акрон»	95	8	
2005	ОАО «Ново-Липецкий Металлургический Комбинат»	20	7		2008	ОАО «Магнит»	20	6
	ОАО «Новатэк»	17	20		2009	ОАО «РусГидро»	6,7	2
	ОАО «АФК «Система»	15	18			ОАО «ТрансКонтейнер»	25	8
	ОАО «Роснефть»	90	30	2011	ОАО «ФосАгро»	10	1	
	ОАО «Северсталь»	20	1		ООО «Интер-РАО»	50	20,5	
	ОАО «Челябинский цинковый завод»	800	1		ОАО «Сбербанк»	59,2	97	
	ОАО «Группа Черкизово»	900	1	2012	ОАО «Мегафон»	16,33	15	
	ОАО «Грубная Металлургическая Компания»	8	4		ОАО «Галс-Девелопмент»	20	10	
	ОАО «Газпромнефть»	20	1					
	ОАО «НМТП»	25	2					

Источник: Составлено по [3]

Так же в 2010 г. российский альянс «Петропавловск» провел первичное размещение акций своего филиала, занимающегося добычей железной руды, на Гонконгской фондовой бирже. Это вторая российская компания прошедшая листинг на НКЕх. В ходе IPO компания привлекла 500 млн долл. США.

Далее, такие российские сырьевые гиганты как «Газпром», «Роснефть» и «Лукойл» планируют предложить свои бумаги инвесторам на бирже Гонконга. Российские компании хотят размещать бумаги, номинируемые в гонконгских долларах, напрямую, без участия структур, зарегистрированных в иных юрисдикциях.

Итак, проанализировав количественное присутствие российских эмитентов на Лондонской, Нью-Йоркской и Гонконгской фондовых биржах, очевидно, что объем капитализации российских ценных бумаг на LSE превышает показатели NYSE и HKEx. По данным показателям можно определить какая биржа имеет более простые критерии листинга, а следовательно, выход ценных бумаг является более простым. Сложность же процедуры листинга напрямую связана с преимуществами, которые дает выход на ту или иную фондовую биржу. Основные преимущества исследуемых фондовых бирж приведены в Табл.3.

Критерии листинга NYSE, безусловно, более сложные и объемные. Закон Sarbanes-Oxley Act, SOX принятый 30 июля 2002 г. особенно ужесточил требования листинга. Он повышает ответственность руководства публичных компаний, зарегистрированных на биржах США, и усиливает требования к финансовой отчетности. Один из первых пунктов закона гласит: никаких исключений для иностранных эмитентов ценных бумаг [6].

Несмотря на то, что Нью-Йоркская фондовая биржа не является самой популярной среди российских компаний, общая рыночная капитализация российских компаний на NYSE превышает 42 млрд долл. США. Но непопулярность NYSE не связана с непривлекательностью данного рынка для российских эмитентов. Причина столь малого количества российских эмитентов на NYSE связана с жесткими условиями листинга, о которых говорилось выше.

Таблица 3

Сравнительная характеристика выгод российских компаний от выхода на NYSE, LSE и HKEx (глобальные депозитарные расписки, GDR)

Критерии	Листинг на NYSE	Листинг на LSE	Листинг на HKEx
Доступ к дополнительным группам инвесторов	Широкий	Незначительный	Средний
Ликвидность	Хорошая	Средняя	Средняя, но активно возрастает
Качество отчётности, раскрытия информации, корпоративного управления	Высокое – Регистрация в SEC, отчётность по стандартам US GAAP, американские стандарты корпоративного управления	Зависит от местного законодательства страны регистрации компании– эмитента: нет существенных положений законодательства Великобритании, регулирующих эти вопросы.	Высокое – Международные Стандарты Финансовой Отчётности (ISA, IFRS), Общеизвестные стандарты бухгалтерского учёта Гонконга (Hong Kong GAAP) и иных стран, Национальные стандарты учёта
Возможность использования акций как «валюты платежа» при приобретении компаний	Для приобретения публичных компаний за акции необходимо зарегистрировать акции компании–покупателя в SEC. Листинг обычно проводится после регистрация акций в SEC	Не применимо	Не применимо
Доступ к розничным инвесторам – физ. лицам	Широкий – розничные инвесторы владеют 50% всех акций в США	Ограниченный	Отсутствует
Международная известность	Высокая	Средняя	Средняя, но значительными темпами растет
Рост стоимости компании / Возможность сравнения с аналогичными	Самые большие возможности – компании различных отраслей наиболее широко представлены на биржах	Меньше возможностей – Лондон не является столь же важным центром для многих отраслей	Меньше возможности – HKEx удерживает позицию «домашнего» рынка для азиатских компаний

компаниями	США		
------------	-----	--	--

Источник: Составлено автором по [2,3,4,5]

Лондонская фондовая биржа привлекательна для российских эмитентов во многом благодаря более простым условиям листинга, по сравнению с биржами США, кроме того, стоимость размещения значительно ниже, а сроки меньше. Но при этом LSE предлагает своим эмитентам широкий круг инвесторов, которые способны обеспечить высокую ликвидность акций, торгуемых на площадках этой биржи.

Критерии листинга Гонконгской фондовой биржи достаточно жесткие, что в большей степени связано со сложной и своеобразной законодательно базой Китая. На сегодняшний день НКЕх обозначается как один из самых мощных и главное перспективных финансовых центров. Тем временем руководство Гонконгской фондовой биржи прогнозирует благоприятные перспективы в развитии сотрудничества с российскими компаниями и Россией в целом. По словам финансистов и аналитиков, для российской стороны важно оценить финансовые и внешнеэкономические возможности Гонконга и расположиться к их более широкому использованию.

Важным преимуществом этой биржи, и прежде всего Гонконга, является то, что здесь не довлеет административный контроль со стороны правительства, действуют низкие налоговые ставки, эффективно работает международно-признанная «прозрачная» юридическая система, оперативно решающая правовые вопросы. Географическая же близость таких быстроразвивающихся и при этом густонаселенных стран, как, например, Вьетнам, Индонезия и, конечно, континентальный Китай, повышает роль Гонконгской биржи в обще региональной, а в целом – и в международной экономике.

Таким образом, Лондонская, Нью-Йоркская и Гонконгская фондовые биржи имеют различные преимущества обращения ценных бумаг, что существенно влияет на выбор биржи российскими эмитентами. Мы попытались рассмотреть как будет развиваться ситуация для российских эмитентов в дальнейшем. Итак, что касается будущего Лондонской фондовой биржи, то тут существуют весьма противоречивые аргументы.

Прежде всего, существует мнение российских консалтинговых компаний о том, что возможна ситуация, что в скором времени Лондон потеряет свое лидерство среди размещения на нем российских компаний. Аргументировать это можно последними тенденциями на рынке, когда несколько российских компаний покинули британские биржи. В основном в Лондон идут компании в первую очередь с объемом привлечения от 100 млн долл. США, а подобные размещения после кризиса для российских компаний достаточно сложны, так как не хватает ликвидности и спроса со стороны российских инвесторов. Кроме того, азиатские рынки, в особенности Гонконгская фондовая биржа, набирают популярность, средний объем средств здесь, привлеченный при размещении составляет около 481 млн долл. США, что больше, чем на лондонской площадке и американских. Немало важно, что гонконгский рынок, в сравнении с Лондоном, даже более понятны нашему бизнесу, а привлекательность России растет среди местных инвесторов.

Хотя в тоже время, против этого факта выступает то, что на Гонконгской Бирже огромная конкуренция со стороны китайских компаний, являющихся более конкурентоспособными по сравнению с российскими аналогами. Помимо этого требования, предъявляемые к листингу компаний на данной бирже более жесткие, чем на Лондонской фондовой бирже, в том числе в части минимального количества ценных бумаг в свободном обращении или необходимости наличия определенного количества директоров компании в Гонконге.

Если верить мнению аудиторскому агентству «PricewaterhouseCoopers», то можно ожидать резкий скачок популярности российских бирж, именно как площадок для проведения публичных размещений [1]. Так как, во-первых, здесь менее жесткие процедуры выхода на рынок и требования к раскрытию информации. Во-вторых, размещение реализуется в более короткие сроки от 3 до 6 месяцев в сравнении с другими, где оно занимает от 8 до 24 месяцев (в РФ – от 3-4 до 6-12 месяцев; на LSE – от 7-8 до 18 месяцев, на NYSE – от 10-11 до 24 месяцев). Также, это может произойти из-за снижения популярности крупнейших фондовых бирж в силу набирающих оборотов бирж, представленных в развивающихся странах, например, Индия, которая стоит на пороге длительного периода роста. Либо это может произойти из-за вступления в силу системы Евроклик, которая привлечет большое количество иностранных инвесторов.

Итак, сегодня существует огромное количество перспективных фондовых бирж, все они имеют свои достоинства и недостатки, некоторые становятся все более привлекательнее, в силу различных экономических, финансовых, социальных факторов. Однако проблемы выхода ценных бумаг российских эмитентов на эти биржи заключаются в несостоятельности наших эмитента пройти процедуру листинга. Финансовая и временная затратность, минимальный размер капитала, прозрачность бухгалтерской отчетности и иной конфиденциальной информации компании - все это является обязательными требованиями листинга и вызывает сложности их осуществления для российских эмитентов.

Список литературы

1. Выбор биржи для листинга [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: http://www.pwc.ru/en_RU/ru/capitalmarkets/assets.pdf
2. Hong Kong Exchange [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://www.hkex.com.hk/eng/index.htm>
3. London Stock Exchange [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.londonstockexchange.com/home/homepage.htm>
4. Martex Invest. Рынок ценных бумаг. Фондовый рынок. Проведение IPO [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.martex.ru/992>
5. New–York Stock Exchange [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.nyse.com/index>
6. Public Law / ed. by Government of the United States of America: Weekly Compilation Of Presidential Documents, Vol. 38 (2002):, 2002. – 66 p.

ПРОБЛЕМЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ТОВАРОПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ

Манаенкова К.В.

Кубанский государственный аграрный университет, г.Краснодар

Агропромышленный комплекс страны – это сложная система, которая достаточно медленно адаптируется и приспосабливается к постоянно изменяющимся экономическим условиям. Кроме того, сельское хозяйство является специфической отраслью, что выражается в сезонном и цикличном характере производства, зависимости от природно-климатических факторов, высокой капиталоемкости, низкой фондоотдаче, медленной окупаемости вложенного капитала. Именно поэтому, для обеспечения конкурентоспособности аграрного сектора экономики, необходимо совершенствование государственной политики финансирования сельского хозяйства.

Нами были рассмотрены некоторые направления в финансировании аграрного сектора экономики, которые требуют совершенствования в области государственного регулирования и поддержки сельхозтоваропроизводителей:

1. Ограничение доступности сельскохозяйственных товаропроизводителей к долгосрочному (инвестиционному) кредитованию, которое является эффективным средством для технической и технологической модернизации сельского хозяйства, его инновационного развития.

2. Достаточно высокий уровень просроченной кредиторской задолженности в аграрном секторе экономики.

3. Отсутствие правовых, организационно - экономических, землеустроительных условий для инвестиционного кредитования под залог земли.

Остановимся подробнее на разрешении первой проблемы, представленной в исследовании.

В аграрной системе кредитования наблюдается более высокая востребованность краткосрочных кредитов по сравнению с инвестиционными. На наш взгляд, такая тенденция носит отрицательный характер по отношению к развитию сельского хозяйства страны и не отвечает целям и задачам реализуемых государственных программ, поскольку именно инвестиционные кредиты дают возможность сельскохозяйственным товаропроизводителям модернизировать свое производство, внедрить инновационные технологии,

По нашему мнению такая ситуация в кредитовании агропромышленного комплекса сложилась из-за ряда причин:

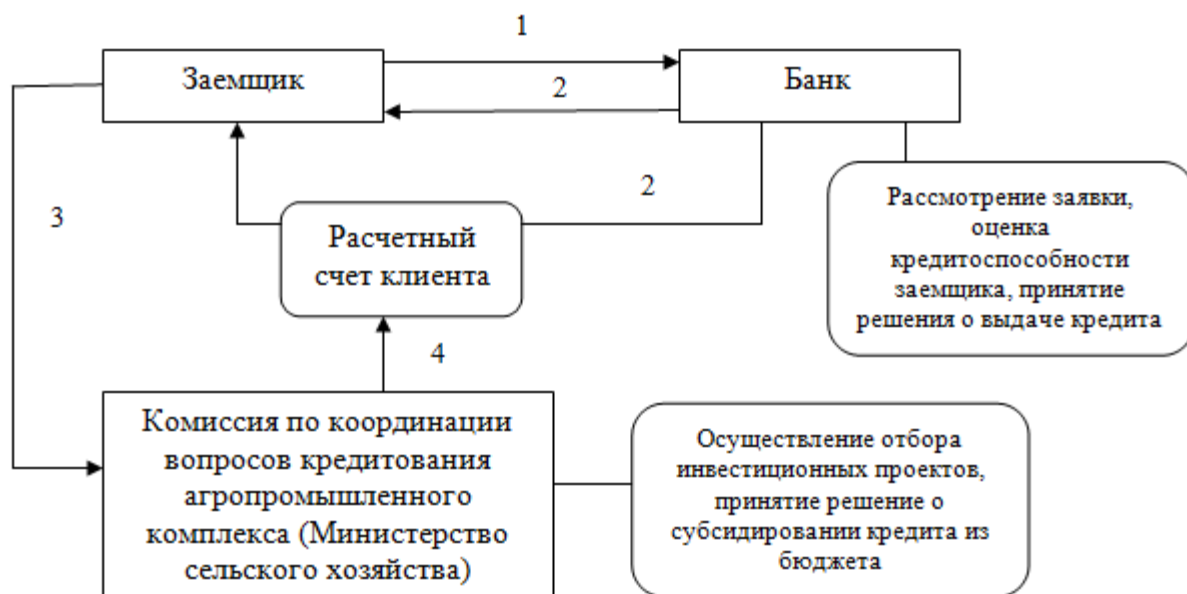
- низкая доходность отрасли не обеспечивает наличие собственных средств у сельхозтоваропроизводителей для вложения их в долгосрочные и дорогостоящие проекты;
- неплатежеспособность производителей аграрного сектора экономики;
- сокращение или отсутствие залогового обеспечения у сельхозпроизводителей, в роли которого может выступать корпоративное или личное имущество (транспорт, недвижимость, оборудование), а также товары, оборотные средства;
- закредитованность сельскохозяйственных товаропроизводителей;
- несоответствие потенциальных заемщиков достаточно жестким требованиям банка;
- рост процентных ставок по инвестиционным кредитам;

- политика Центрального Банка по ужесточению правил кредитования для коммерческих банков, а именно обязанность начисления повышенных резервов по инвестиционным кредитам (до 75% от объема ссуды);
- риски, связанные со специфическими особенностями ведения сельскохозяйственного производства, как для банка – риск невозврата ссуды, так и для заемщика – риск неплатежеспособности в связи с потерей доходов при производстве сельскохозяйственной продукции;
- накопившиеся долгосрочные обязательства государства и необходимость увеличения субсидирования по переходящим инвестиционным кредитам;
- отсутствие отлаженного механизма прогнозирования, учета и расходования средств федерального бюджета и бюджетов субъектов Российской Федерации на возмещение процентной ставки по долгосрочным кредитам;
- внешние факторы (наступление неблагоприятных событий природного характера, нестабильная ценовая конъюнктура, экономический кризис, антироссийские санкции).

Финансово-кредитная политика государства в части повышения доступности кредитов для сельхозтоваропроизводителей была направлена на возмещение части затрат на уплату процентов по кредитам, полученным сельскохозяйственными организациями, крестьянскими (фермерскими) хозяйствами и организациями, осуществляющими переработку сельскохозяйственной продукции.

В настоящее время наметилась тенденция ужесточения политики субсидирования процентных ставок. Связано это с тем, что в последние годы объем данных субсидий из федерального и регионального бюджета постоянно увеличивался, при том, что объемы кредитования АПК снижались. Сокращение бюджетной поддержки кредитования аграрного сектора экономики приведет к увеличению финансовой нагрузки на сельхозтоваропроизводителей, а также к ухудшению инновационно-инвестиционной активности в данной отрасли производства.

На наш взгляд, для совершенствования механизма субсидирования процентных ставок по инвестиционным кредитам, и как следствие, повышение роли данного вида кредитования, целесообразно внести изменения в Порядок отбора инвестиционных проектов, реализация которых осуществляется в очередном финансовом году, утвержденный Приказом Министерства сельского хозяйства Российской Федерации от 18 июля 2013 г. N 285. Изменения должны заключаться в том, что отбор инвестиционных проектов для субсидирования из федерального бюджета необходимо осуществлять не после заключения кредитного договора, а еще на этапе разработки таких проектов. На рисунке 1 изображена схема бюджетного субсидирования процентной ставки по инвестиционным кредитам, которая сейчас используется органами государственной власти при отборе инвестиционных проектов.

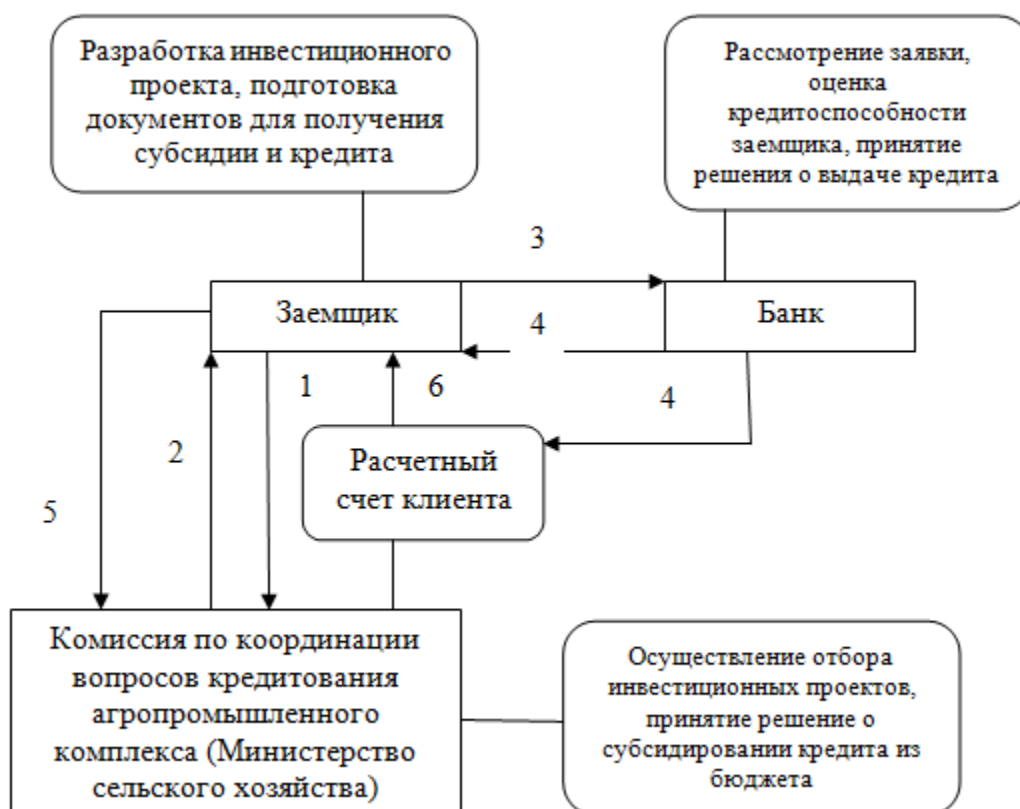


1 – подача заявки на получение инвестиционного кредита; 2 – выдача кредита и открытие расчетного счета клиенту; 3- подача заявки, кредитного договора и графика погашения кредита на рассмотрение; 4 – перечисление денежных средств из бюджета в соответствии с расчетом суммы субсидирования инвестиционного кредита

Рис.1. Схема бюджетного субсидирования процентной ставки по инвестиционным кредитам

В настоящее время в соответствии с данным Порядком комиссия по координации вопросов кредитования агропромышленного комплекса осуществляет отбор инвестиционных проектов на основании обязательных документов, в перечень которых, помимо заявки на участие в отборе, входит копия кредитного договора (договора займа), заверенная органом управления агропромышленным комплексом субъекта Российской Федерации, а также график погашения кредита (займа) по годам.

Помимо предоставления необходимых документов для участия в отборе, инвестиционный проект оценивается комиссией на соответствие определенным критериям, закрепленным Порядком.



1 – подача заявки в Министерство сельского хозяйства для принятия участия в отборе на субсидирование процентной ставки по инвестиционным кредитам; 2 – оценка инвестиционного проекта и принятие решение о его бюджетном субсидировании; 3- подача заявки на получение инвестиционного кредита; 4 – выдача кредита и открытие расчетного счета клиенту; 5- подача подтверждающих документов в Министерство сельского хозяйства - кредитный договор и график погашения кредита; 6- перечисление денежных средств из бюджета в соответствии с расчетом суммы субсидирования инвестиционного кредита
Рис.2. Схема бюджетного субсидирования процентной ставки по инвестиционным кредитам, предложенная автором

Очевидно, что отбор на предоставление субсидий из бюджета проходят не все заявленные инвестиционные проекты. В связи с этим возникает ситуация, при которой резко возрастает риск невозврата кредита, как для сельхозтоваропроизводителя, который проводил расчет эффективности и окупаемости проекта с учетом государственной поддержки, так и для банка, выступающего в роли кредитора.

Таким образом, для расширения возможностей долгосрочного кредитования в аграрном секторе экономики, для более рационального и эффективного использования бюджетных средств, для получения положительного социального и экономического эффекта от реализации инвестиционного проекта необходимо проведение отбора проектов еще на этапе их разработки с обязательной государственной оценкой его эффективности и окупаемости (Рисунок 2). Такой подход позволит усилить государственную поддержку и контроль за инвестиционной активностью в отрасли, обеспечит повышение конкурентоспособности сельхозтоваропроизводителей и, как следствие, гарантирует продовольственную безопасность нашей страны.

Список литературы

1. Порядок отбора инвестиционных проектов, реализация которых осуществляется в очередном финансовом году, утвержденный Приказом Министерства сельского хозяйства Российской Федерации от 18 июля 2013 г. N 285.
2. Ворошилова И.В. Государственная поддержка и регулирование региональной агроэкономики /И.В. Ворошилова, В.И. Нечаев, Д.Х. Хатуов // Коллективная монография. - Краснодар: «Атри», 2009.
3. Лаврушин О. И. Деньги, кредит, банки: учебник / кол. авт.; под ред. О. И. Лаврушина. – 5-е изд., стер. – М.: КНОРУС, 2007.
4. Питерская Л. Ю. Теоретические и методологические аспекты государственной поддержки аграрного

сектора экономики / Л. Ю. Питерская, Н. А. Тлишева // Вестник ЮРГТУ (НПИ): серия «Социально-экономические науки». – 2011. - №4. – С. 133-135.

5. Строкин И. С. Кредитование сельхозпроизводителей в России: проблемы и инновационные решения / И. С. Строкин, А.Л. Злочевский // Банковское дело. – 2012. - № 5. – С. 35- 40.

СЕКЦИЯ №4.

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЁТ, СТАТИСТИКА (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.12)

АПРОБАЦИЯ ЭЛЕМЕНТОВ ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ В ОТНОШЕНИИ СФЕРЫ ВНУТРЕННЕГО АУДИТА

Юрьева Л.В., Сухих В.С.

ФГАОУ ВПО «УрФУ имени первого Президента России Б.Н. Ельцина», г.Екатеринбург

С введением федерального закона № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете» организация и осуществление внутреннего контроля совершаемых фактов хозяйственной жизни стала обязанностью. Так как федеральный закон не устанавливал никакие способы, методы или ограничения, то в Министерстве финансов РФ разработали рекомендации по организации и осуществлению внутреннего контроля.

Внутренний аудит как сфера профессиональной деятельности на данный момент в Российской Федерации имеет недостаточное нормативно-правовое регулирование. Поэтому апробация элементов внутреннего контроля может быть использована при разработке законодательных актов по внутреннему аудиту, так как внутренний аудит на многих экономических субъектах выполняет функции внутреннего контроля.

Основными элементами внутреннего контроля являются контрольная среда, оценка рисков, процедуры внутреннего контроля, информация и коммуникация, оценка внутреннего контроля.

Контрольная среда – «совокупность принципов и стандартов деятельности экономического субъекта, которые определяют общее понимание внутреннего контроля и требования к внутреннему контролю на уровне экономического субъекта в целом. Контрольная среда отражает культуру управления экономическим субъектом и создает надлежащее отношение персонала к организации и осуществлению внутреннего контроля» [1].

Таким образом, для внутреннего аудита, исполняющего функции внутреннего контроля на предприятии, в обязательном порядке необходимо определить контрольную среду. В противном случае это может привести к ограничению эффективности осуществления внутреннего аудита.

Следующий элемент внутреннего контроля – это оценка рисков. В информации, опубликованной Министерством финансов РФ, указано, что «оценка рисков представляет собой процесс выявления и анализа рисков» [1]. Так как основная деятельность внутреннего аудита связана с выявлением и минимизацией рисков до приемлемого уровня, то необходимо определить понятие риска.

Риск – «это опасность возникновения непредвиденных потерь ожидаемой прибыли, дохода или имущества, денежных средств, других ресурсов в связи со случайным изменением условий экономической деятельности, неблагоприятными обстоятельствами. Измеряется частотой, вероятностью возникновения того или иного уровня потерь. Наиболее опасны риски с осязаемой вероятностью уровня потерь, превосходящих величину ожидаемой прибыли» [3]. В федеральных правилах (стандартах) аудиторской деятельности есть понятие аудиторского риска – «это риск того, что аудитор выразит ненадлежащее аудиторское мнение при наличии существенных искажений в финансовой (бухгалтерской) отчетности» [2]. Данное определение, на наш взгляд, не отражает сущность аудиторского риска во внешнем аудите и не может быть применено в области внутреннего аудита. Конечно, одной из главных задач внутреннего аудита является выявление рисков, которые могут повлиять на достоверность бухгалтерской (финансовой) отчетности. Но спектр рисков, которые необходимо оценивать внутренним аудиторам гораздо шире, так как им необходимо фокусироваться на достижении целей деятельности организации по средствам повышения эффективности. Наиболее правильное определение риска, связанного с внутренним аудитом, представлено Минфином России в разъяснениях об организации внутреннего контроля: «сочетание вероятности и последствий недостижения экономическим субъектом целей деятельности. При выявлении рисков экономический субъект принимает соответствующие решения по управлению ими, в том числе путем создания необходимой контрольной среды, организации процедур внутреннего контроля, информирования персонала и оценки результатов осуществления внутреннего контроля» [1].

При оценивании риска внутренний аудитор в обязательном порядке должен определить его степень с позиции финансового анализа или целесообразности затрат. Выявленные риски и оценка их степени должны быть отражены во внутренних отчетах экономического субъекта. Достоверное описание позволит пользователям информации (учредители, руководство) в дальнейшем принять правильное управленческое решение.

Минимизация рисков напрямую связана с процедурами внутреннего аудита. Аудиторские процедуры, с точки зрения, внешнего аудита представляют собой определенные действия, направленные на получение аудиторских доказательств. Процедуры внутреннего контроля трактуются Министерством финансов иначе и представляют собой действия, основная цель которых – минимизация рисков. То есть это разработка конкретных рекомендаций, предложений. Считаем, что необходимо объединить два определения с целью отражения значения процедур относительно внутреннего аудита, так как во внутреннем аудите происходит как сбор аудиторских доказательств в ходе проведения внутренних проверок, так и представление для руководства возможных путей снижения выявленных рисков в деятельности организации.

Аудиторские доказательства, которые были собраны в ходе проведения проверки, должны быть приложены к отчету внутренних аудиторов. Они должны быть достаточными и надежными. «К доказательствам относятся достаточные фактические данные и достоверная информация, основанные на рабочей документации и подтверждающие наличие выявленных нарушений и недостатков в осуществлении внутренних процедур объектами аудита, а также являющиеся основанием для выводов и предложений по результатам аудиторской проверки»[4]. Аудиторские доказательства могут содержать программу аудиторской проверки, сведения о результатах аудиторской проверки, различные первичные учетные документы, договора, соглашения, меморандумы, протоколы, отчетность, разъяснения от должностных лиц и иных работников и т.д.

Виды, применяемых процедур контроля, могут быть разнообразны, и использование тех или иных зависит во многом от вида самого экономического субъекта, а также особенностей принципов и стандартов установленного внутреннего контроля. При проведении дальнейшего исследования по данной теме будет уделено внимание процедурам, используемым внутренними аудиторами в сфере образования.

Следующая составляющая внутреннего контроля, применимая к внутреннему аудиту, – это качественная и своевременная информация. Данный элемент представляет собой информационные системы экономического субъекта. Хранение, обработка, уровень доступности информации значительно влияют на управленческие решения, а также на формирование различного рода рисков. Например, стандартизация документооборота – это положительный момент в деятельности организации, который значительно может снизить риск несанкционированного доступа к информации посторонних лиц. Также правильная организация информационных систем позволит снизить ряд рисков в сфере бухгалтерского учета. Например, своевременное отражение фактов хозяйственной деятельности.

Следующий элемент внутреннего контроля соответствует одной из целей внутреннего аудита – это оценка внутреннего контроля. При описании целей внутреннего аудита нами ранее указывалось, что одной из них является оценка эффективности системы внутреннего контроля. Оценка внутреннего контроля применяется к предыдущим элементам внутреннего контроля, потому что требуется анализ их эффективности, результативности и рациональности. Инициатива по оценке системы внутреннего контроля может исходить как от руководства экономического субъекта, так и от внутренних аудиторов. Данная деятельность для внутренних аудиторов может быть плановой и осуществляться периодически. Период определяется в зависимости от текущего состояния системы внутреннего контроля и на основе данных ее мониторинга.

Внутренний аудит может быть как частью системы внутреннего контроля на предприятии, так и независимым механизмом по определению эффективности системы внутреннего контроля. Но, несмотря на выполняемые функции, применение элементов внутреннего контроля к внутреннему аудиту возможно.

Список литературы

1. <Информация> Минфина России N ПЗ-11/2013 "Организация и осуществление экономическим субъектом внутреннего контроля совершаемых фактов хозяйственной жизни, ведения бухгалтерского учета и составления бухгалтерской (финансовой) отчетности"//Текст документа приведен в соответствии с публикацией на сайте <http://www.minfin.ru> по состоянию на 26.12.2013.
2. Постановление Правительства РФ от 23.09.2002 N 696 (ред. от 22.12.2011)"Об утверждении федеральных правил (стандартов) аудиторской деятельности"// "Собрание законодательства РФ", 30.09.2002, N 39, ст. 3797.
3. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б."Современный экономический словарь" (ИНФРА-М, 2006).

4. Постановление Правительства РФ от 17.03.2014 N 193 "Об утверждении Правил осуществления главными распорядителями (распорядителями) средств федерального бюджета, главными администраторами (администраторами) доходов федерального бюджета, главными администраторами (администраторами) источников финансирования дефицита федерального бюджета внутреннего финансового контроля и внутреннего финансового аудита и о внесении изменения в пункт 1 Правил осуществления ведомственного контроля в сфере закупок для обеспечения федеральных нужд, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 10 февраля 2014 г. N 89"// "Собрание законодательства РФ", 24.03.2014, N 12, ст. 1290.

ОСОБЕННОСТИ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ В ФИНАНСОВОМ И УПРАВЛЕНЧЕСКОМ УЧЕТЕ

Фиापшева Н.М.

ФГБОУ ВО «Кабардино-Балкарский государственный аграрный университет имени В.М. Кокова», г.Нальчик

Агропромышленный комплекс, действуя в рамках единого хозяйственного механизма страны, занимается производственной, торговой, закупочной, и иной деятельностью. Данная особенность влияет методику формирования сводного финансового результата. В розничной торговле отгрузка совпадает с оплатой, и на счетах бухгалтерского учета формируется реальный финансовый результат, опосредованный денежной массой, т. е. прибыль накапливается и хранится на расчетном счете организации.

По другим видам деятельности момент отгрузки и момент оплаты фактически не совпадают, но начисление выручки для целей бухгалтерского учета производится «по отгрузке». Выявленный таким образом финансовый результат не подтверждается соответствующим денежным эквивалентом, а стоимостное выражение выручки отражается на балансе организации как дебиторская задолженность.

Согласно схеме, представленной на Рисунке 1, выручка организации за отчетный период равна сумме денежных средств, поступивших на расчетный счет за этот период за проданные товары, и возникшей дебиторской задолженности.

Согласно действующей методологии бухгалтерского учета валовая прибыль определяется как разница между выручкой от продаж и себестоимостью проданных товаров. Это можно представить в виде следующего уравнения:

$$ВП = В - С, (1)$$

где ВП - валовая прибыль отчетного периода;

В - выручка от продаж отчетного периода;

Таким образом, дебиторская задолженность и есть неполученная в отчетном периоде прибыль. Данное заключение подводит к выводу о том, что в многопрофильных сельскохозяйственных организациях при определении совокупного финансового результата имеет место искажение его реальной величины, обусловленное тем, что у части организаций выручка всегда опосредована денежной массой (т.е. момент поступления денег и начисления выручки совпадают) и прибыль «оседает» на расчетном счете в виде реальных денег.

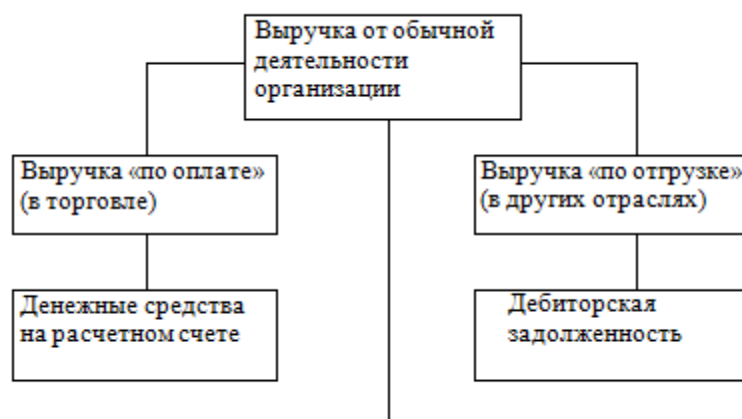


Рис.1. Схема формирования выручки от обычной деятельности организации

В производственных организациях, определяющих выручку «по отгрузке», момент начисления выручки на покупателя и момент фактической оплаты практически не совпадают и отраженная на счетах бухгалтерского учета выручка не подтверждается конкретной денежной суммой. При одинаковых исходных условиях для этих видов организаций прибыль от продаж, отраженная в отчетности, будет одинаковой. Но реально подтверждена деньгами прибыль, полученная от торговой деятельности.

В результате возникает ситуация, что организация по данным финансовой отчетности является прибыльной, а денег на расчетном счете нет. Поэтому, по нашему мнению, для получения информации о размере реального финансового результата многопрофильных организаций при составлении сводной отчетности необходимо производить корректировку полученной прибыли, рассчитанной по методу «начисления», на фактически полученную денежную массу. Это позволит определять реальный финансовый результат, подкрепленный соответствующими поступлениями, и именно его использовать в управленческом анализе и стратегическом планировании. Важность этой корректировки состоит том, что управленческий персонал будет располагать достоверной информацией о реальном финансовом состоянии организации необходимой для принятия управленческих решений.

Последние изменения в законодательстве по бухгалтерскому учету в нашей стране свидетельствуют о том, что постепенно в традиционные подходы к бухгалтерскому учету финансовых результатов деятельности организаций вносятся коррективы и предъявляются новые требования организации повседневного управления процессом их формирования в соответствии с законами рыночной экономики и международных стандартов учета. Современным стандартом финансового учета стран с рыночной экономикой является подход, при котором прибыль рассчитывается как разность между выручкой от реализации продукции, ее производственной себестоимостью и периодическими расходами, собираемыми в отечественном учете на счете 26 «Общехозяйственные расходы». Такой подход применяется и в нашей стране.

В управленческом учете возможны иные подходы к определению финансового результата. Так, в соответствии с системой директ-костинг, как одного из вариантов калькулирования неполной себестоимости рассчитывается показатель маржинального дохода, т. е. разница между выручкой от реализации продукции (работ, услуг) и себестоимостью, рассчитанной по переменным издержкам. Такие расчеты необходимы для получения информации, помогающей оптимизировать затраты и финансовые результаты и принимать обоснованные управленческие решения.

Таблица 1

Модель формирования чистой прибыли в управленческой бухгалтерии

Первоначальный директ-костинг	Современный директ-костинг
1. Выручка от реализации	1. Выручка от продажи
2. Прямые расходы	2. Переменные расходы
3. Маржинальный доход	3. Маржинальный доход
4. Косвенные расходы	4. Постоянные расходы
5. Прибыль	5. Прибыль

При изучении международных стандартов по учету и отчетности было выявлено, что наибольшее значение для учета финансовых результатов предприятия и подготовки отчета о прибылях и убытках имеет концепция сохранения капитала. Собственные ресурсы организации характеризуют ее капитал. Существует общепринятая точка зрения, что организация получает доход за данный период только при условии сохранения своего капитала. Поэтому важно знать, что подразумевается под сохранением капитала.

Если доходы организации равны ее расходам, капитал «сохраняется» (точка безубыточности). Поступление активов свыше той нормы, которая необходима для сохранения капитала, может быть определено как прибыль организации или возврат капиталовложений. В международной финансовой отчетности показывается такое превышение за период и подсчитывается сумма капитала на конец периода. Убыток ведет к уменьшению капитала организации.

Концепции сохранения капитала связаны с тем, каким образом организация определяет капитал, который она хочет сохранить. Это обеспечивает связь между концепциями капитала и концепциями прибыли, поскольку определяет точку зрения, которая принимается при определении прибыли; это также является предпосылкой для выявления различий между возвратом на вложенный капитал и простым возвратом капитала - только большее поступление активов, чем количество ресурсов, необходимых для сохранения капитала, может быть определено как прибыль и, следовательно, как возврат на вложенный капитал.

Таким образом, прибыль - это сумма, остающаяся после вычитания расходов из доходов. При превышении расходов над доходами капитал не сохраняется и возникает чистый убыток.

Список литературы

1. Гучинова А.Н., Фиापшева Н.М., Тагузлов А.Х. Возможности управления финансовыми результатами деятельности организации на этапе формирования учетной политики // Известия Кабардино-Балкарского научного центра РАН. 2014. № 3 (59). С. 84-90.
2. Дружиловская Т.Ю., Ромашова С.М. Показатели доходов, расходов и финансовых результатов в учете и отчетности: теоретический и практический аспекты// Международный бухгалтерский учет. 2014. №31. С.2-11
3. Дружиловская Т.Ю., Дружиловская Э.С., Ромашова С.М. Актуальные вопросы бухгалтерского учета доходов и расходов в некоммерческих и коммерческих организациях // Бухгалтерский учет в бюджетных и некоммерческих организациях. 2014. №21. С. 7-19

СЕКЦИЯ №5.

МАТЕМАТИЧЕСКИЕ И ИНСТРУМЕНТАЛЬНЫЕ МЕТОДЫ ЭКОНОМИКИ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.13)

МНОГОМЕРНЫЙ СТАТИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ПОКУПАТЕЛЬСКОЙ АКТИВНОСТИ НА ПРИМЕРЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ПОКАЗАТЕЛЕЙ РЕГИОНАЛЬНОЙ ТОРГОВЛИ

Концевая Н.В.

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, г.Москва

Исследования динамики покупательского спроса традиционно являются исходными инструментами организации маркетинговой деятельности в масштабах как отдельных организаций, так и регулирования рынка и товарного обращения в региональном и национальном масштабах. Наряду с классическими эконометрическими подходами к моделированию покупательской активности населения, представляется полезным использование методов многомерного статистического анализа, в частности факторного анализа, что и явилось предметом исследования данной работы.

Как известно, основными целями факторного анализа являются:

1. сокращение числа переменных (редукция данных);
2. определение структуры взаимосвязей между переменными;
3. косвенные оценки признаков, неподдающихся непосредственному измерению.

Факторная модель в матричной форме:

$$X = AF + e, \quad (1)$$

где $A (p \times k)$ - матрица нагрузок, $F (k \times 1)$ - вектор факторов, e - вектор ошибок. Корреляции между переменными, выраженные факторами [1]:

$$R = M(XX^T) = M(AFF^T A^T) + M(LL^T) = AA^T + L^2 = R^+ + L^2, \quad (2)$$

где $L^2 = \begin{pmatrix} \lambda^2 \\ & \ddots \\ & & \lambda^2 \end{pmatrix}$ - диагональная матрица порядка p , содержащая дисперсии ошибок. Основное условие:

L^2 - диагональная, $R - L^2$ - неотрицательно определенная матрица.

Факторный анализ проводится исходя из характеристического уравнения:

$$|R^+ - \lambda I| = 0. \quad (3)$$

Для получения оценок общностей и факторных нагрузок в данной работе использовался итеративный алгоритм, сходящийся к истинным оценкам параметров главных компонент:

$$f_i = \frac{\sum_{j=1}^m a_{ij}^2 x_j}{\sqrt{\lambda_i}}, \quad i = \overline{1, p} \quad (4)$$

где λ_i - соответствующее собственное значение матрицы R;

x_j - исходные данные (вектор-столбцы);

a_{ij} - коэффициенты при общих факторах;

f_i - главные компоненты (вектор-столбцы).

Для лучшей интерпретации общих факторов к ним применялась процедура вращения. Далее рассматривается применение данного метода для выявления и описания латентных факторов, характеризующих торговую активность на базе статистических данных Воронежской области за период в полтора года помесячно:

Таблица 1

Наблюдение	розница, млн.	опт.торговля, млн.	потреб.цены, темпы роста	общепит, млн.	запасы рознице, млн.
янв. (1)	6 187,60	5 289,20	102,60	122,00	3 366,80
фев. (2)	6 691,00	5 990,20	101,90	110,40	3 581,80
....
май. (17)	9 754,70	8 198,40	100,80	209,50	5 274,80
июн.(18)	10 525,40	7 729,10	100,90	218,90	5 417,00

На первом этапе исследования рассматривался большой массив исходных данных, причем часть переменных (темпы роста производства, объем сельскохозяйственной продукции, объем капиталовложений в строительство, ввод нового жилья, индексы цен в строительстве и др.) была исключена из дальнейшего исследования в связи со слабой корреляцией с анализируемыми данными.

Далее к отобранным переменным, представленным в Табл.2, применялся непосредственно метод факторного анализа (ПО «Статэксперт»).

Таблица 2

Оценки собственных значений

Фактор	Собственное значение	Накопленное отношение
1	3,089	0,721
2	1,126	0,983
3	0,053	0,996
4	0,039	1,000
5	-0,021	1,000

Как следует из Табл.2, существует два общих фактора, объясняющих более 98% обобщенной дисперсии всех переменных. Возникает задача правильно интерпретировать полученные результаты, для чего применялась процедура вращения (метод варимакса) к выделенным факторам:

Таблица 3

Матрица повернутых факторных нагрузок

Переменная	фактор 1	фактор 2
Розинца, млн.	0,734	-0,398
Оптовая торговля, млн.	0,520	-0,744
Потребительские цены, темпы	0,008	0,934
Общественное питание, млн.	0,855	-0,466
Запасы в рознице на складах, млн.	0,924	0,142

В результате, учитывая наиболее сильные факторные нагрузки (выделенные в Табл.3), становится возможным интерпретировать два выявленных фактора. Первый фактор служит индикатором покупательной активности населения, второй - характеризует инфляционные процессы и неуверенность продавцов.

На последнем этапе исследования представим динамику изменения значений двух выделенных факторов и убедимся в справедливости выдвинутых предположений об их характере.



Рис.1. Динамика изменения выявленных факторов

Покупательная активность на фоне общего роста, принимает наименьшие значения в конце весны и после Нового года. Максимум активности приходится на декабрь. Инфляционные процессы, наоборот, после экстремально высоких значений в январе-феврале, снижаются к своим наименьшим значениям в середине лета, обуславливая снижение покупательской активности.

Таким образом, проведенное исследование демонстрирует прикладную пользу факторного анализа в задачах классификации многомерных массивов статистических данных без выдвижения предварительных гипотез о наличии и характере причинно-следственных связей внутри исследуемых наблюдений.

Список литературы

1. Многомерный статистический анализ в экономических задачах: компьютерное моделирование в SPSS: Учебное пособие // Концевая Н.В., Орлова И.В., Уродовских В.Н., и др. - М.: Вузовский учебник, 2009.

**СЕКЦИЯ №6.
МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.14)**

**СЕКЦИЯ №7.
БАНКОВСКОЕ И СТРАХОВОЕ ДЕЛО**

**ОТЗЫВ ЛИЦЕНЗИЙ КАК МЕТОД ОЗДОРОВЛЕНИЯ БАНКОВСКОГО
СЕКТОРА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Лунева Е.В.

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, г.Москва

Для осуществления банковских операций кредитные организации обязаны пройти процедуру лицензирования своей деятельности. Именно Центральный банк РФ выдает лицензии в соответствии с принятым законодательством [1]. Важно отметить, что он также наделен полномочиями, которые позволяют отозвать лицензии у банков в определенных случаях.

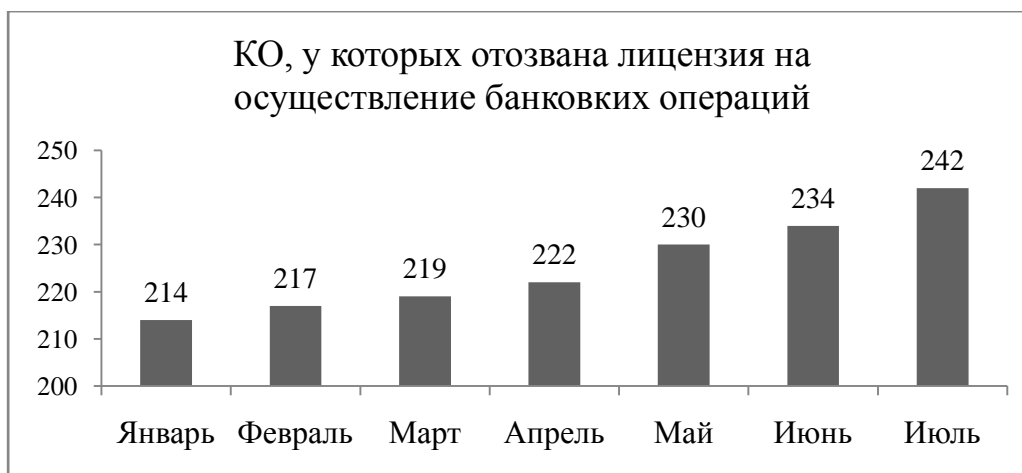
Центральный банк постоянно усиливает контроль за деятельность коммерческих банков, так как часть из них ведут рискованную кредитную политику, не предоставляют точную информацию о выданных кредитах или не выполняют требования, предусмотренные законодательством. Именно благодаря проверкам и своевременному выявлению нарушений, Центральный банк осуществляет регулирование экономики.

Регулятор вынужден усиливать контроль и оставлять на рынке более «сильных игроков».

Итак, в случае неудовлетворительной деятельности банка, его лицензия может быть отозвана. Существует два основных способа «оздоровления» банковского сектора: отзыв лицензии или отправка банка на санацию. В первом случае вкладчики теряют свои денежные средства, которые превышают страхуемую сумму.

Санация подразумевает систему мероприятий для восстановления нормальной деятельности организации. Данные меры могут носить финансово-экономический и организационный характер [3].

Далее представлено общее количество кредитных организаций с отозванной лицензией на осуществление банковских операций (включая КО, по которым в КГР внесена запись об их ликвидации) – 1887 [4]. В 2015 гг. наблюдается тенденция к увеличению числа кредитных организаций, прекративших осуществление своей деятельности.



Далее рассмотрим основные причины, которые приводят к отзыву лицензий у кредитных организаций.

Безусловно, кредитные организации осуществляют свою деятельность на основе принятого законодательства. Если коммерческий банк не выполняет установленные требования, то Центральный банк РФ имеет право отозвать у него лицензию.

Другой важной функцией банка являются кредитные операции. Коммерческий банк может занять деньги, но выполнить требования по своим обязательствам он способен не всегда. Руководство кредитной организации должно оценивать финансовое состояние, чтобы иметь возможность выплатить кредиторам денежные средства.

Важнейшим условием открытия банка является достаточность уставного капитала, он должен составлять не менее 300 млн.руб. Снижение данного показателя свидетельствует о неустойчивости финансового института и может служить основанием для отзыва лицензии.

Одним из основных поводов для лишения лицензии является предоставление недостоверной отчетности о деятельности кредитной организации. Безусловно, банки ежемесячно составляют различные отчеты, балансы, которые должны быть предоставлены «регулятору». Центральный банк РФ проводит аудит и проверку достоверности информации. Если обнаружено нарушение, то оно в большинстве случаев приведет к отзыву лицензии.

Участие в отмывании доходов, получение нелегальных денежных средств, сокрытие незаконных активов – данные факты, безусловно, являются поводом для прекращения деятельности кредитной организации. Банк может стать участником данных нарушений не по своей воле, поэтому необходима тщательная проверка экспертов.

Кредитная организация также может потерять ликвидность, предоставляя денежные средства некредитоспособным клиентам, теряя при этом свою репутацию. Постепенная утрата ликвидности может привести к банкротству, поэтому следует поддерживать данный показатель на соответствующем уровне.

Следовательно, причин для отзыва лицензий у коммерческих банков более чем достаточно. Центральный банк РФ не раз заявлял о том, что количество кредитных организаций в нашей стране слишком велико. Отзыв лицензий позволит оставить в отрасли более устойчивые банки, которые можно более качественно проконтролировать.

Важно отметить, что банковская система страны оказывает существенное влияние на развитие экономики в целом. Население должно доверять финансовым институтам, поэтому Центральный банк перешел к более жестким мерам регулирования денежно-кредитных отношений. Если банки не соответствуют установленным требованиям, то их следует закрывать.

Далее рассмотрим количество банков, которые прекратили осуществление своей деятельности вследствие ликвидации или отзыва лицензии в 2015 г. Важно отметить, что количество банков, у которых отзывается лицензия, постоянно растет [5].



Таким образом, Центральный банк РФ проводит постепенное оздоровление банковского сектора в целом, а также осуществляет регулярный надзор за финансовыми институтами. «Чистка» кредитных организаций может продолжиться, так как необходимо поддерживать доверие к банковскому сектору, минимизировать риски, сокращать убытки.

Список литературы

1. Федеральный закон от 02.12.1990 № 395-1 «О банках и банковской деятельности»
2. Федеральный закон от 25.02.1999 № 40-ФЗ «О несостоятельности (банкротстве) кредитных организаций»
3. Финансово-кредитный энциклопедический словарь / Колл. авторов ; Под общ. ред. А.Г. Грязновой. - М.: Финансы и статистика, 2002. – с.871

4. Официальный сайт Центрального банка РФ; Информация о регистрации и лицензировании кредитных организаций в 2015 году - <http://www.cbr.ru/statistics/?PrId=pdko> (Дата обращения: 27.07.15г.)
5. Banki.ru, Прекратившие существование кредитные организации – <http://www.banki.ru/banks/memory/> (Дата обращения: 27.07.15г.)

СПЕЦИФИКА БРОКЕРСКОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ

Макарова А.А.

ФГБОУ ВПО «Самарский государственный университет»

В экономике существует одно правило: с ростом доходов населения, растут и их сбережения. В настоящее время граждане чаще всего хранят свои сбережения дома или в банковских учреждениях. Однако стала увеличиваться прослойка частных инвесторов, которые готовы вкладывать свои накопления в фондовый рынок. Инвестиции как инструменты фондового рынка являются одной из частей долгосрочного роста капитала.

Во всем мире инвестиции в инструменты фондового рынка являются неотъемлемой частью стратегии обеспечения долгосрочного роста капитала. Однако успешные инвестиции, как и любая другая область человеческой деятельности, требуют обязательного наличия, по крайней мере, базовых знаний. Для успешной игры на бирже недостаточно одного желания, необходимы знания, жесткая дисциплина и даже талант.

По данным исследования №57 от 14.01.2009, проведенного Национальным агентством финансовых исследований, субъективная оценка россиянами уровня собственной финансовой грамотности возросла в условиях финансового кризиса. Число россиян, грамотных в финансовой сфере в той или иной степени, возросло на 12%. С 10% до 15% возросла доля оценивших свою финансовую грамотность на «хорошо» и с 34% до 38% доля оценивших свои знания на «удовлетворительно».

Рост субъективных оценок граждан страны связан с ростом реального уровня финансовой грамотности и с ростом количества финансовой информации в СМИ в условиях кризиса. Люди получают больше информации о положении дел в экономике и поэтому считают себя более знающими.

Результаты опроса показали, что один из базисных индикаторов финансовой грамотности, а именно практики планирования расходов и доходов домохозяйств, - не претерпели существенных изменений. 56% населения, как и прежде, не осуществляет учет своих доходов и расходов, а 9% населения или каждый десятый россиянин не знает сколько приблизительно было получено и потрачено денег в его семье. Около 47% населения учета средств вообще не производит и имеет лишь примерное представление о денежных потоках в семье.

Рассмотрим понятие брокерского обслуживания. В широком смысле брокер – это посредник, который содействует совершению различных сделок.

Брокерские услуги - покупка или продажа ценных бумаг по поручениям клиентов. Для оказания подобных услуг участнику рынка необходима лицензия на право осуществления брокерской деятельности.

Брокерская деятельность выражается в:

1. оказании содействия по заключению сделок между клиентом и третьими лицами, иными словами посредничестве;
2. проведении сделок для клиента;
3. совершении иных юридических или фактических действий в определенной сфере предпринимательской деятельности.

Брокерская деятельность в зависимости от сферы применения может быть биржевой на товарных биржах, биржевой и внебиржевой на рынках ценных бумаг, таможенной, а также применяться в страховании и многое другое.

Таможенная брокерская деятельность выражается в совершении от своего имени различных операций по таможенному оформлению и выполнению иных функций посредника в сфере таможенного дела за счет и по поручению клиента.

Страховая брокерская деятельность выражается в посредничестве, связанного со страхованием от собственного имени по поручению страхователя либо страховщика.

Брокерская деятельность по фрахтованию судов - это посредничество, осуществляемое юридическими или физическими лицами для заключения сделок между перевозчиками, судовладельцами, операторами перевозок и грузовладельцами на международные морские перевозки грузов и/или пассажиров или аренду судов для работы в международном морском сообщении.

Понятие брокерская деятельность чаще применяется для описания профессиональной деятельности по проведению сделок по поручению клиентов на товарных биржах и рынках ценных бумаг.

Законодательством РФ выделяется несколько видов брокерской деятельности на товарных биржах. Непосредственное осуществление биржевых сделок возможно биржевым посредником (от имени клиента и за его счет), от имени клиента и за свой счет, а также от своего имени и за счет клиента. Все это прописано в законе РФ от 20 февраля 1992 г. № 2382-1 "О товарных биржах и биржевой торговле".

В обязанности брокера входит добросовестное и своевременное выполнение всех поручений клиента. Если брокер совмещает деятельность брокера и дилера, то все сделки, выполняемые брокером по поручению клиента, выполняются в первую очередь, в отличие от дилерских операций самого брокера. В случае возникновения конфликта интересов брокера и клиента, в котором клиент не был уведомлен до получения брокером соответствующего поручения, привел к причинению клиенту убытков, брокер обязан возместить их в порядке, установленном гражданским законодательством Российской Федерации.

Брокер хранит денежные средства своего клиента на отдельном банковском счете в кредитной организации. Также брокер ведет учет о движении денежных средств клиента и отчитывается перед ним о проделанной работе. Находящиеся на специальном брокерском счете денежные средства клиента не подлежат взысканию по обязательствам брокера. Брокер имеет право зачислять свои денежные средства на брокерский счет только в случаях возврата их клиенту и/или предоставления займа своему клиенту.

При предоставлении клиентом обеспечения брокер может предоставить своему клиенту в заем денежные средства и/или ценные бумаги, необходимые для проведения сделок купли-продажи ценных бумаг. В подобных ситуациях брокер имеет право брать со своего клиента проценты по предоставляемым им займам или ценные бумаги, которые принадлежат клиенту или же были приобретены брокером для клиента по маржинальным сделкам.

Для осуществления брокерской деятельности необходима лицензия профессионального участника рынка ценных бумаг. В обязанности брокеров входят:

1. предоставление клиенту всей связанной с поручениями клиента информации, выполнение обязательств по договору купли-продажи ценных бумаг, предупреждение клиента о характерных рисках по выполняемым сделкам;
2. запрет на манипулирование на рынке ценных бумаг ценами, а также путем использования умышленно неверной информации о ценных бумагах, эмитентах, ценах, включая предоставленную в рекламе информацию, принуждать к покупке/продаже ценных бумаг клиента;
3. своевременное уведомление клиента о возникновении конфликта интересов между сторонами и соблюдение всех необходимых мер для разрешения конфликта в сторону клиента;
4. в случае совмещения деятельности брокера и дилера, в приоритетном порядке проведение сделки купли-продажи ценных бумаг по поручению клиента и только после этого дилерских операций самого брокера;
5. исполнение всех поручений клиента в соответствии с их поступлением в установленных рамках этих поручений.

Брокер всегда лично исполняет все поручения клиента. Возможны случаи передоверия другому брокеру возможности совершения сделок. Такая возможность должна быть предусмотрена в договоре между брокером и клиентом или же брокер вынужден передоверить в силу обстоятельств.

На выбор клиентом своего брокера могут повлиять некоторые факторы.

Комиссия брокера. Чаще всего это процент от оборота и колеблется он от 0.04% до 0.1%. В случаях активной торговли величина издержек на комиссию может существенно повлиять на итоговую долю прибыли. Немногие брокеры берут определенную фиксированную плату, например за депозитарное обслуживание. При небольшом депозите подобные платы в процентном соотношении могут быть велики, и комиссия от операции другого брокера окажется выгоднее.

В некоторых случаях брокеры устанавливают определенную величину минимального депозита, так как не желают работать с большим количеством небольших счетов. Но все же подобные ограничения применяют далеко не все брокеры.

Список маржинальных бумаг. Обычно в арсенале у брокера несколько более надежных и ликвидных акций. Список может быть самым разным и выбирается клиентом в зависимости от использования стратегий игры с плечом или продажи без покрытия.

Брокеры предоставляют биржевые терминалы. Они различаются между собой удобством, надежностью и интересующими клиента функциями. Также брокеры предоставляют своим клиентам доступ к аналитике и информационным лентам. Список брокерских компаний или компании от терминала без труда можно найти в

Интернете. На сайтах разработчиков терминалов представлен список брокерских компаний, предоставляющих этот терминал.

У всех брокерских компаний имеются соответствующие лицензии, и их деятельность находится под контролем ФСФР. Брокеру сложно убеждать в своей надежности клиента, поскольку деньги находятся на бирже, а не у него. Можно смело сказать, что большинство брокерских компаний примерно одинаково надежны, а качество услуг не сильно зависит от количества их клиентов.

Список литературы

1. Закарян И.О. «Практический Интернет-трейдинг. Как работать на рынках акций, опционов, фьючерсов и Forex через Интернет». 3-е издание. 2008 г. 384 с.

СЕКЦИЯ №8.

ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ В СОВРЕМЕННОМ МЕНЕДЖМЕНТЕ

ВЫЯВЛЕНИЕ РИСКОВ ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ АЛГОРИТМА УПРАВЛЕНЧЕСКИХ ДЕЙСТВИЙ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Колчина Д.И.

Институт мировой экономики и информатизации, г.Москва

Разработка алгоритма управленческих действий в образовательной организации зависит сегодня в первую очередь от понимания формы и содержания компетентностного подхода. Его приоритетная цель – формирование у обучающихся компетенций, необходимых для социальной полноценности и адекватности. Компетенции не являются раз и навсегда данными новообразованиями. Они находятся в постоянном развитии и обновлении. По мере профессионального роста человека в той или иной сфере деятельности они совершенствуются и интегрируются с другими компетенциями. Развитие компетенций зависит от изменяющихся условий и требований общества к тому или иному виду деятельности, а также от развития цивилизационных ценностных установок. При характеристике компетентностного подхода чаще всего исходят из определения, данного В.И. Байденко, оценивавшего его в качестве «метода моделирования и проектирования результатов образования». [2]

Современные образовательные системы, ориентированные на реализацию компетентностного подхода, испытывают на практике ощутимые затруднения с выявлением рисков при реализации алгоритма управленческих действий в образовательной организации и последующем управлением этими рисками. Данность такова, что образование, во многом по инерции, продолжает ориентироваться на приобретение фундаментальных знаний, когда акцент образования не переводится с «усвоения предметных знаний» на «развитие основных навыков и компетентностей». [2]

Рассмотрим некоторые риски, с которыми сталкиваются современные образовательные системы.

Во-первых, это чрезмерная гуманитаризация образовательных программ, что сегодня проявляется на всех ступенях образования: от дошкольных учреждений до вузов. На практике это сопряжено с серьезно возросшей нагрузкой на дошкольников, учащихся школ, лицеев и гимназий, студентов ссузов и вузов. Как результат – возникла необходимость в выработке здоровьесберегающих образовательных технологий и методик. А задача образовательного менеджмента в этом случае заключается в умении их оптимального подбора для образовательной организации.

Во-вторых, не смотря на выше охарактеризованную тенденцию, сохраняется возможность «перегибов» в части технологизации образовательного процесса. На практике это выглядит как попытка «технологизировать душу учащегося». Современный менеджмент предполагает действенные мероприятия по предупреждению данного риска. Здесь может быть названа курсовая подготовка руководителей и заместителей руководителей образовательных организаций по учебной (учебно-методической) работе. На ней могут быть затронуты тематические циклы по «Психологии управления педагогическими и научно-педагогическими работниками», профориентационной работе со старшеклассниками, проектированию (моделированию) будущего рабочего места для выпускников ссузов и вузов. Такой подход, если говорить, например, об общеобразовательной школе, позволяет перенести акцент с «математического, химического, биологического и т.д. образования» на

«образование с помощью математики, химии, биологии и т.д.», что обеспечивает более эффективное решение проблемы выращивания человека в человеке, проблемы развития нравственного и интеллектуального потенциала обучающегося, проблемы подготовки творчески мыслящего и социально активного человека. [1]

В-третьих, речь должна идти и о постоянной работе по совершенствованию качества образования. И эта работа немислима без всесторонне продуманного организованного менеджмента. Дело в том, что качество образования сегодня – это ведущий из приоритетов современного периода развития России, что отражено в национальной доктрине отечественного образования. Это обстоятельство продиктовано наличием существенного противоречия между современными требованиями к качеству образования, которое обеспечивается образовательными организациями и недостаточной эффективностью применяемых методик и технологий в процессе управления. [3]

Если проанализировать имеющиеся определения самого понятия «качество образования», то окажется, что одни авторы в своей трактовке качества образования ориентированы на потребности личности в обществе, вторые – на сформированный уровень «знаний – умений – навыков», третьи – на способность образовательной организации удовлетворять установленные и прогнозируемые потребности. Поэтому можно заключить, что качество образования – это фактически равнодействующая следующих составляющих:

- потребностей личности и общества;
- ценностных приоритетов;
- спрогнозированного процесса и результата (стандарта).

Все названные составляющие попадают в поле воздействия различных субъектов управления. А, следовательно, каждой образовательной организации необходимо продумывать систему управления качеством образования. При этом в процессе управления качеством появляется необходимость в разработке программ качества, представляющих собой систему спрогнозированных процедур и мероприятий для обеспечения конкретных требований Госстандарта к образовательному процессу и результату.

Например, если применить алгоритм управленческих действий для такой образовательной организации как средняя школа (лицей, гимназия, центр образования), где вопросы качества образования обрели особое звучание перед лицом широкой общественности, то для «школьных управленцев» могут представлять определенный интерес следующие альтернативы принятия управленческого решения:

- приказ по ужесточению контроля качества образования в учреждении;
- решение педагогического совета образовательной организации по усовершенствованию учебно-воспитательной деятельности, обеспечивающей осознанное отношение учащихся к обучению;
- курсовая подготовка педагогов с последующей их стажировкой в образовательных организациях, демонстрирующих стабильно высокие показатели по критериям качества образования;
- введение новых альтернативных учебных программ и учебников (учебных пособий);
- реализация комплексной программы по повышению образовательного результата средней общеобразовательной школы (лицея, гимназии, центра образования) и обеспечению комплексного подхода к решению проблемы. [1]

Правомерно утверждать, что выявление рисков при реализации алгоритма управленческих действий в образовательной организации и последующее управление этими рисками, невозможно без знания объективных закономерностей системного управления качеством образования. В этой связи представляется возможным выделить следующие объективно существующие закономерности:

1. Закономерность единства системы управления качеством образования. Она отражает такие взаимоотношения между компонентами систем качества, позволяющих оценивать целостность и самостоятельность каждого компонента и его зависимости от других компонентов.

2. Закономерность сочетания централизации и децентрализации в системе управления качеством образования. Эту закономерность особенно важно учитывать при реализации федерального стандарта образования, когда необходимо обеспечить целостность и взаимодополнение с учетом потребностей регионального сообщества и самого потребителя образовательных услуг (индивида).

3. Закономерность соотношения управляющей и управляемой систем в достижении качества образовательного процесса. Это проявляется во влиянии содержания управленческой деятельности на качество образовательного процесса, что связано с полномочиями и ответственностью субъектов каждого уровня управления. [3]

Названные закономерности системы управления качеством образования находят свое отражение в содержании, принципах, функциях и методах управления. Это значит, что с определенной долей упрощения можно говорить, что качество – это соответствие неким заданным стандартам, а управление качеством – процесс приведения системы к определенному стандарту. При этом можно выделить следующую группу принципов, как

основу руководства для выявления рисков при реализации алгоритма управленческих действий в образовательной организации:

- системность и непрерывность;
- функциональность и продуктивность;
- надежность и оптимальность;
- адаптивность и «прозрачность».

Но на сегодня нет единой государственной системы оценивания основных показателей управленческих действий в образовательной организации. Поэтому названные в данной статье риски, связанные с гуманитаризацией образовательных программ, технологизацией образовательного процесса, а также с алгоритмизацией управления качеством образования, ещё только предстоит всесторонне и комплексно исследовать на всех уровнях управления.

Список литературы

1. Коначова Н.Ю. Общественная экспертиза качества школьного образования. – М., 2010.
2. Хуторской А.В. Компетентный подход в обучении. – М., 2013.
3. Янковская Н.А. Руководство по организации мониторинга качества образования. – М., 2010.

ИННОВАЦИОННО-ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ

Залян Е.Г., студент

Таврическая академия «Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского»
Научный руководитель: к.э.н., доцент Павленко И.Г.

Туризм сегодня – это многоотраслевой производственный комплекс, в обороте которого участвуют туристические корпорации, крупнейшие авиакомпании, гостиничные цепочки всего мира. Информационные технологии занимают системообразующие позиции в процессе функционирования любого туристского предприятия.

Отдельные исследования по компьютеризации туристического бизнеса проводились такими отечественными и зарубежными учеными и практиками, как Гаранин Н.И. [3], Гуляев В.Г. [4], Быстрянец С.Д., Кузнецова Г.В. и др., а также крупным Интернет-ресурсом, как Всемирный совет по туризму и путешествиям [2].

Целью работы является анализ влияния и значимость инновационно-информационных технологий для сферы туризма.

Индустрия туризма, будучи частью сферы услуг, представляет собой один из секторов экономики, который наиболее быстро развивается.

Туристы, как правило, испытывают большую потребность в информации (их интересуют подробные описания отелей, их фотографии, отзывы), которую не способны удовлетворить ни печатные издания, ни другие традиционные СМИ, ни даже высокообразованные гиды и туристические представители. Таковую потребность в наше время удовлетворяют современные интернет технологии [3, с.54].

Использование Интернета в качестве одного из элементов бизнеса способствует [4, с.26]:

- улучшению положительного имиджа фирмы;
- повышению узнаваемости бренда;
- выявлению основных конкурентов;
- увеличению продаж;
- увеличению посещаемости сайта;
- применению online-бронирования;
- применению возможности интерактивной оплаты услуг;
- сокращение расходов на рекламу;
- лучшей осведомленности потребителя о товарах и услугах.

Именно туризм, будучи информационно-зависимой отраслью, всегда был одним из пионеров в использовании новых технологий. Действительно, туристическим предприятиям постоянно необходимы новые средства продвижения и продажи туристических продуктов и услуг, маркетинговая информация клиентам. С другой стороны, клиентам также постоянно необходимо получать достоверную и оперативную информацию [2].

Для того чтобы привлечь потребителя на web-ресурс (сайт, или мобильное приложение), туристические компании используют различные виды рекламы в Интернете. Среди многих видов информирования клиентов в сети выделяется баннерная реклама, с присущей ей динамичностью, яркостью и оригинальной разновидностью воздействий на потребителя. Баннерная реклама лучше приковывает к себе взгляды потребителей. Такой вид рекламы характерен для туристских фирм, целями которых является увеличение посетителей сайта, запоминания торговой марки, укреплению репутации компании [2].

Для определения конкурентов применяют контекстную рекламу, это сравнительно недорогой вид Интернет-рекламы. Контекстная реклама позволяет потребителю получить максимальное количество информации о туристическом продукте.

Сегодня в Интернете осуществляются основные виды туристской деятельности: формирование туров, online-бронирования туристических услуг, финансовые расчеты в режиме реального времени с гарантией безопасности денежных переводов, а также отслеживание потребителем выполнения заказа на бронирование, языковая поддержка. Также есть ряд дополнительных ресурсов и сервисов, которые могут понадобиться современному туристу, например можно вспомнить проект погода от RP5, где можно узнать прогноз погоды на неделю [1].

Однако на электронном рынке еще много проблем. Необходимо развитие правовой базы для бизнеса в Интернете. Должно быть определено конкурентное право, упорядоченные ценообразования, скидки и обеспечена защита потребителя и др.

Конкурентоспособность в туристском сегменте сегодня непосредственно связана с созданием сайта. Сайт компании выполняет целый ряд важных функций. Это один из главных рекламных каналов туристской компании, является наиболее эффективным механизмом по продвижению туристического продукта или услуги. Сайты компании предоставляют первичную информацию, простую для восприятия. Формирование отзывов и блогов на сайтах происходит на основе воспоминаний и пожеланий у потребителей [5].

Многие туристические компании предлагают на своих сайтах расширение возможностей отдыха, например, Грецию позиционируют не только как курортно-пляжный страну, но и страну, предоставляющую горнолыжный и лечебный виды отдыха.

Сочетание текстовой информации с медийной создает у потребителя определенное представление туристского пространства и конкретных туристских услуг. Сайт компании является средством массовой информации и коммуникации с нужной для компании целевой аудиторией [1].

В связи с отсутствием опыта туристические компании не учитывают некоторые требования потребителей. Информация на большинстве сайтов дана только на 15-20% от общего числа вопросов, интересующих туристов. Остается сделать вывод о том, что огромное количество пользователей не находит информацию о турах и туристических компаниях в достаточном для них объеме, а сами компании теряют потенциальных клиентов.

Список литературы

1. Будущее туристической индустрии за цифровым телевидением [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://televidenie.net.ua/2008/11/vladimir-dmitriev-budutshee-za-tsifrovym-televideniem/>
2. Всемирный совет по туризму и путешествиям [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.wttc.org/research/>
3. Гаранин Н.И. Информационные технологии в туризме: Справочно-методическое пособие / Н.И. Гаранин, Ю.В. Забаев, А.И. Селекин. – М.: РМАТ, 2014. – 116 с.
4. Гуляев В. Г. Новые информационные технологии в туризме/ В.Г. Гуляев. – М.: ПРИОР, 2013. – 144 с.
5. Применение информационных технологий в индустрии туризма [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://dissertation1.narod.ru/avtoreferats/avtoref7.htm>

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ КАПИТАЛ КАК ОСНОВА ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Бирганов А.Г., Черных А.Б.

Иркутский государственный университет путей сообщения, г.Иркутск

В современном информационном обществе интеллектуальный капитал компаний становится решающим ресурсом их конкурентоспособности. В то же самое время в науке до конца не определено, что же именно

понимать под термином «Интеллектуальный капитал». Именно поэтому в практике управления достаточно сложным становится определить его стоимость. Тем не менее, учитывая особую значимость интеллектуального капитала для определения конкурентной устойчивости компании на рынке и ее укрепления, этот вопрос представляется особенно важным. Сегодня при оценке стоимости предприятия и оценке его потенциала конкурентной устойчивости широко используется понятие «нематериальных активов». В литературных источниках понятие «нематериальные активы» часто смешивается с терминами «интеллектуальная собственность» или «интеллектуальный капитал компании», что это не является правильным и вносит лишние сложности в достаточно активно развивающиеся технологии оценки и аудита интеллектуальной собственности. Параллельно в практике управления встают и юридические вопросы об определении прав на интеллектуальную собственность, передачи этих прав от одного собственника другому, а так же доверительному управлению. Несмотря на это, интеллектуальная собственность предприятия приблизительно оценивается и вносится в уставной капитал, а так же используется как часть имущества. Особую значимость правильность и полнота оценки интеллектуального капитала приобретает при прогнозе и разработке стратегических планов компаний на конкурентном рынке при постепенном вовлечении интеллектуальной (пока нематериальной) деятельности в хозяйственный оборот.

В новых экономических условиях необходимо очень критически подходить к отдельным теоретическим положениям в науке, касающимся определения содержания интеллектуального капитала. В настоящее время в научной литературе предложены различные толкования понятия «Интеллектуальный капитал» в частности Т.А. Стюарт рассматривает его как «сумму знаний всех работников компании, обеспечивающую ее конкурентоспособность» [2, с.11], а Х. Макдоналд как «совокупные знания работников организации, которые могут быть использованы для получения конкурентного преимущества» [7, с.44]. С. Альберт считает что «Интеллектуальный капитал – это накопленные индивидуумом знания и ноу-хау, служащие источником обновления» [5], по Т.А. Стюарту «Интеллектуальный капитал представляет собой совокупность патентов, технических описаний, деловых навыков, технологий, информации о поставщиках и заказчиках, а также опыта» [2, с. 108]. Д. Клейн, и Л. Прусак рассматривают интеллектуальный капитал как «интеллектуальный материал (intellectual material), который формализован, зафиксирован и использован для производства более ценного актива» [6]. К. Свейби и Т. Ллойд дают еще более расплывчатое определение: «Интеллектуальный капитал – способность, навыки и специальные знания, хранящиеся в человеческом мозге» [8, с.35].

Анализируя современные теоретические исследования содержания понятия «Интеллектуальный капитал», можно отметить, что интеллектуальный капитал часто описывается через призму личностных свойств отдельного индивида, как его носителя. В то время как, работы, в которых рассматривается экономическая сущность понятия, в основном сосредотачиваются на макроэкономическом уровне, то есть на уровне государства в целом, и преимущественно рассматривают только отдельные аспекты, не учитывая не только комплексность существующей проблемы, но и ее прикладное экономическое значение в развитии отдельных регионов и работающих на региональных рынках предприятий. На этом фоне представляется интересным взгляд отечественного ученого О.В. Новосельцева, который описывает интеллектуальный капитал как «оформленные в качестве имущества предприятия, используемые в деятельности предприятия и приносящие предприятию доход объекты и права на интеллектуальную собственность» [1].

Обобщая вышеизложенное можно сказать, что интеллектуальный капитал хозяйствующего субъекта – это именно нематериальный ресурс (знания, навыки и опыт носителей интеллектуального капитала, людей, персонала) [4], который может быть зафиксирован в правовом поле в виде патентов, лицензий и проч.

Интеллектуальный капитал, безусловно, влияет на эффективность функционирования организации на конкурентном рынке, где информация является главным ресурсом, и в первую очередь интеллектуальный капитал направлен на достижение целей, представляющих будущую экономическую выгоду.

Интеллектуальный капитал может быть оценен в его статическом состоянии как «срез» стоимости нематериальных активов на исследуемый момент времени.

При изучении интеллектуального капитала отдельных организаций и предприятий, описании составляющих его отдельных частей, становится возможным предположить и создать механизмы управления его изменением, увеличением его стоимости, а следовательно, и – укрепления конкурентных позиций хозяйствующего субъекта на рынке. Интеллектуальный капитал становится интеллектуальным ресурсом, который при постепенном вовлечении интеллектуальной (пока нематериальной) деятельности в хозяйственный оборот снова становится интеллектуальным капиталом, но уже имеющим совершенно иную стоимость.

Проблема оценки интеллектуального капитала и его использования в качестве имущества предприятий и организаций проявляется, прежде всего, в виде сложного комплекса развивающихся во времени экономических, социальных, правовых и финансовых отношений, возникающих в разное время между различными субъектами

рыночных отношений, имеющих не только зачастую противоположные интересы, но и играющих различные роли в его создании и освоении.

Необходимо отметить, что материальная стоимость бизнеса определяется и оценивается достаточно просто по давно используемым и известным схемам, в то время как стоимость нематериальных активов сложно поддается подсчету. Кроме того, при определении понятия «Интеллектуальный капитал» не совсем ясно какие именно нематериальные активы должны учитываться. Таким образом, реальная рыночная стоимость интеллектуального капитала компании чаще всего рассматривается как вся совокупность нематериальных активов, что, безусловно, не совсем верно. Следует предположить, что стоимость интеллектуального капитала, эквивалентная стоимости всех нематериальных активов будет оцениваться с учетом идентифицированных и неидентифицированных нематериальных активов. В состав неидентифицированных нематериальных активов целесообразно включается гудвилл, как менее осязаемая, структурируемая и идентифицированная категория активов. В самом общем виде Гудвилл рассматривается как разница между рыночной стоимостью бизнеса и рыночной стоимостью всех идентифицированных материальных, финансовых и нематериальных активов [3]. А в свете исследуемой проблематики понятие гудвилл предполагает возможность получения более высокой прибыли (по сравнению со среднерыночным уровнем эффективности инвестирования) за счет совокупной реализации интеллектуального капитала. Таким образом, стоимость интеллектуального капитала как неотчуждаемых от персонала навыков, способностей и знаний следует выделять из стоимости гудвилла.

«Интеллектуальный капитал» как понятие комплексное, состоящее из отдельных элементов, которые в свою очередь обладают набором совершенно специфических характеристик, требует более глубокого осмысления и дополнительных исследований, изучения зависимости «интеллектуальный капитал – сотрудник», включающее в себя не только уже закрепленные в правовом поле элементы (патенты, лицензии, права собственности), но и неявные компоненты (в виде знания, идей, воспроизводимых технологий), которые пока не могут являться потребляемым благом, но которые наверняка станут им в дальнейшем. «Интеллектуальный капитал» таким образом, становится понятием более емким, чем понятие «интеллектуальная собственность», как объект уже имеющий материальный носитель и закреплённый в правовом поле. Уже сегодня не только промышленная, но и интеллектуальная собственность используется в процессах воспроизводства интеллектуального капитала, а при дальнейших исследованиях возможно создание механизма оценки и мониторинга интеллектуального капитала хозяйствующих субъектов, а так же создание особого механизма его воспроизводства и укрепления путем комплекса определенного рода воздействий на его носителя – персонал.

Список литературы

1. Новосельцев О.В. Интеллектуальная собственность в имуществе предприятия: документальное оформление, оценка, учет / О.В. Новосельцев. – М.: Патент, 2006. – 70 с.
2. Стюарт Томас А. Интеллектуальный капитал. Новый источник богатства организации / Пер. с англ. В. Ноздриной. – М.: Поколение, 2007. – 368 с.
3. Хетагурова И.Ю. Механизм вовлечения объектов интеллектуальной собственности в хозяйственный оборот // Специальный выпуск, посвященный 70-летию профессора Хузмиева Измаила Каурбековича / [под общ. ред. И.К. Хузмиева]; Вольное экономическое общество России; Научные труды ВЭО России/ И.Ю. Хетагурова, Т.Г. Хетагурова. – М.; Владикавказ, 2008. – 150-156 с.
4. Черных А.Б. Инновационные направления в разработке образовательных технологий / А.Б. Черных. – Современные технологии. Системный анализ. Моделирование, 2007. № 16. С. 135-137.
5. Albert S. The Management of Intellectual Capital, unpublished monograph / S. Albert, K. Bradley. – London: The Business Performance Group Limited, 1995.
6. Klein D.A. “Characterizing Intellectual Capital”, multiclient program working paper [Text] / D.A. Klein, L. Prusak. – Boston: Ernst & Young Center for Business Innovation, March, 1994.
7. Stewart T.A. “Brainpower” / T.A. Stewart. – Fortune, June 3, 1991. – p. 44.
8. Sveiby K.E. managing Know-how: Add Value... by Valuing Creativity / K.E. Sveiby, T. Lloyd. – London: Bloomsbury, 1987. – p. 35.

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ СТРУКТУРНОЙ РЕФОРМЫ ВЫСШЕЙ ШКОЛЫ РОССИИ

Орусова О.В.

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, г.Москва

В современных условиях ведущие вузы становятся катализаторами экономического роста, основанного на инновациях, центрами общественной и культурной жизни региона, связующим звеном между обществом, государством и бизнесом.

Основополагающими документами в области реформирования отечественной системы высшего образования являются Приоритетный национальный проект «Образование» от 05.09.2005 г., Концепция национальной образовательной политики РФ от 03.08.2006г., национальный проект «Поддержка ведущих российских вузов» от 29.11.2009г., Федеральный закон от 29.12.2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации», а также Государственная программа «Развитие образования в 2013-2020гг».

Этапами структурной модернизации системы высшего образования в современных условиях выделяют:

- определение базового каркаса системы высшего образования – вузов, которым присвоена особая категория (федеральный университет, национальный исследовательский университет, бизнес-школа мирового уровня, ведущий классический университет);

- определение вузов, которым будет дано право осуществлять подготовку по программам бакалавриата, магистратуры и аспирантуры;

- определение вузов, которым будет дано право реализации программ бакалавриата. [1]

Особого внимания требуют флагманские вузы, формирующие базовый каркас российской системы высшего образования. В настоящее время в системе образования представлены четыре типа флагманских вузов:

1) 10 федеральных университетов, призванных обеспечивать квалифицированными кадрами программы макрорегионального и регионального развития;

2) 27 национальных исследовательских университета, деятельность которых разворачивается в логике наращивания человеческого капитала для решения задач приоритетного отраслевого развития (атомная энергетика, технологии, авиастроение и др.);

3) 2 бизнес-школы мирового уровня, ориентированные на развитие предпринимательского и управленческого потенциала;

4) 2 ведущих классических университета, являющихся ядром гуманитарного и естественно- научного образования страны.

Федеральные университеты нацелены на решение задач территориального развития страны. Отраслевая направленность национальных исследовательских вузов задается определенными в стратегических документах доминантами социально-экономического развития страны. Бизнес-школы мирового уровня ведут подготовку управленческих кадров с учетом приоритетных направлений развития экономики. Ведущие классические университеты осуществляют свою деятельность в рамках сложившихся и перспективных направлений гуманитарного и естественно- научного образования. Независимо от типа флагманские университеты должны строиться на принципах интеграции учебной и проектно-исследовательской деятельности.

У федеральных университетов, национальных исследовательских университетов, ведущих классических университетов есть право реализовывать образовательные программы высшего профессионального и послевузовского профессионального образования на основе образовательных стандартов и требований, устанавливаемых ими самостоятельно.

Создание крупнейших университетов национального масштаба при поддержке федеральных, региональных органов государственного управления и участия ведущих бизнес-структур является ответом на вызовы современной мировой экономики, в которой определяющую роль играют инновации, знания и человеческий капитал.

В рамках государственной поддержки ведущих российских вузов выделяются следующие основные направления:

- поддержка программ развития МГУ и СПбГУ,
- поддержка федеральных университетов в части модернизации научно-исследовательского процесса и инновационной деятельности,
- поддержка национальных исследовательских университетов,
- развитие кооперации российских вузов и производственных предприятий,
- привлечение ведущих учёных в российские вузы,

- развитие инновационной инфраструктуры в российских вузах,
- поддержка научных проектов, реализуемых совместно ведущими вузами и ведущими научными организациями.[2]

Модернизация российского образования должна идти по разным направлениям, среди них наиболее значимы следующие:

- ✓ изменение практик управления образовательными организациями;
- ✓ структурная реформа организаций образования;
- ✓ создание полномасштабной системы академической мобильности;
- ✓ создание системы независимой оценки качества образования;
- ✓ преимущественный переход на конкурсный характер распределения государственных финансовых средств в системе образования;
- ✓ реализация целевого пакета мер по обеспечению инновационной трансформации экономики Российской Федерации.

Основными приоритетами государственной политики в сфере образования выделим:

Повышение качества образовательных услуг. В последнее десятилетие предпринят ряд шагов по содержательной модернизации профессионального образования, по повышению его качества, по интеграции российского профессионального образования в международное образовательное пространство. В первую очередь, речь идет о вхождении России в Болонский процесс, о повышении гибкости образовательных программ, о преодолении ранней узкой специализации, о внедрении ФГОС профессионального образования. Эти стандарты предусматривают большую самостоятельность образовательных организаций, возможность индивидуализации.

Развитие непрерывного образования. Преобразование вузов из места для обучения молодых людей — после средней школы или армии — в заведение, предлагающее профессиональное образование для всех возрастов. Конечно, и в прошлом в университетах были программы дополнительного образования, но они играли вторичную роль по отношению к собственно высшему образованию. Университетские программы становятся гораздо более сбалансированными и по возрастной структуре, и по разнообразию. При формировании программ и отборе слушателей важно различать программы для людей без производственного опыта, а также программы для людей с опытом работы. В некоторых случаях это достаточно очевидно — скажем, бакалавриат точно не предполагает опыт, а в программах бизнес-образования или переподготовки госслужащих наличие опыта является условием для поступления на них. Но в ряде программ (например, в магистратуре) требование опыта не является очевидным, однако учет этого фактора существенно влияет на содержание программы.

Оптимизация количества вузов. По прогнозам концентрация ресурсов образования должна способствовать снижению численности вузов в перспективе 2020 г. до 350–400. В 2014г. актуальным оставался тренд на дальнейшую оптимизацию числа образовательных организаций высшего образования. По данным Росстата общее количество образовательных организаций высшего образования уменьшилось и составило 969 единиц, из них число государственных и муниципальных образовательных организаций высшего образования уменьшилось на 31 единицу, а частных образовательных организаций - на 46 единиц. [3]

Открытость образования. Современное качество и гибкость могут достигаться только при активном участии всех заинтересованных лиц, включая самих обучающихся, их семьи, работодателей. Поэтому третьим системным приоритетом является модернизация сферы образования в направлении большей открытости, больших возможностей для инициативы и активности самих получателей образовательных услуг, включая обучающихся, их семьи, работодателей и местные сообщества через вовлечение их как в управление образовательным процессом, так и непосредственно в образовательную деятельность.

Единство образовательного пространства. Россия — федеративное государство, в котором миссия образования включает и консолидацию российской гражданской нации, и укрепление единства страны, что предполагает выравнивание образовательных возможностей граждан независимо от региона проживания, развитие ведущих университетов во всех федеральных округах Российской Федерации, проведение единой политики в области содержания образования, распространение лучших практик регионального управления образованием на все регионы.

Новая структура высшей школы в большей мере соответствует вызовам времени. Сектор федеральных университетов обеспечивает глобальную конкурентоспособность России и конкурирует с ведущими университетами мира. Сектор отраслевых вузов обеспечивает процесс новой индустриализации страны. Сектор региональных университетов обслуживает региональные потребности. В итоге создается система высшего профессионального образования, каждый сектор которой формируется под собственную миссию и проекты конкретного уровня.

Список литературы

1. Климов Ю.Г. Модернизация российского образования: вызовы нового десятилетия. М.: Издательство «Дело» РАНХ, 2010.
2. Сайт Министерства образования и науки Российской Федерации <http://минобрнауки.рф/>
3. Сайт Федеральной службы государственной статистики www.gks.ru

СПЕЦИФИЧЕСКИЕ ЧЕРТЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ РЕШЕНИЙ В РОЗНИЧНЫХ ПРОДУКТОВЫХ СЕТЯХ

Нургазин Е.О.

Омский Государственный Университет им. Ф.М. Достоевского

На сегодняшний момент основным признаком функционирования любой организаций является наличие определённого количества организационных проблем. В данных условиях менеджменту необходимо ориентироваться на разрешение данных проблем, а именно, адаптироваться к происходящему процессу постоянных изменений. При этом современный менеджмент разрешает текущие организационные проблемы, одновременно, фундаментальные проблемы, выявляющиеся посредством исследования системных закономерностей функционирования, остаются не разрешимыми. Отсутствие данной адаптации (не разрешения проблем) способствует накоплению проблем, развитию критических ситуаций, что в конечном итоге приводит организацию к банкротству.

Одновременно менеджмент большинства организаций, в частности многофилиальных розничных продуктовых предпринимательских сетей, ориентирован на внедрение только одного элемента в управлении – стабилизации или развития. Стабилизирующие элементы способствуют созданию поддерживающих подсистем, основной задачей которых является обеспечение стабильности и устойчивого функционирования организации. Внедрение развивающих элементов обеспечивает постоянное возникновение и реализацию инновационных, новейших и ценных для потребителя предложений. Отсутствие внедрения стабилизирующего или развивающего элемента в деятельности организации приводит к развитию следующих последствий:

– “развитие” без “стабилизации” - отсутствие механизма определения момента времени, в котором существует потребность организации в разработке и реализации инновации, способствует постоянному появлению и осуществлению инновации, даже в такие промежутки времени, когда данная необходимость отсутствует. Соответственно, увеличиваются издержки связанные с разработкой и реализацией нововведений, возникают альтернативные издержки не реализации экономически целесообразных проектов;

– “стабилизация” без “развития” - разрабатываются инновации, являющиеся не ценным предложением для клиента, что способствует увеличению издержек, снижению прибыльности и конкурентоспособности организации;

– “стабилизация” без “развития” - в необходимые моменты времени инновация ценности не разрабатывается и не реализуется, достижение конкурентного позиционирования и обеспечения лидерства розничной сети в отрасли не возможно;

Отсутствие использования менеджментом розничных продуктовых сетей инструментов исследования системных закономерностей функционирования, выраженных установлением и использованием системных архетипов, приводит к тому, что заблаговременная подготовка к будущим организационным проблемам не осуществляется. Менеджмент не принимает соответствующие заблаговременные меры в настоящем времени для адаптации розничной сети к будущим изменениям. В данных условиях вероятность эффективного разрешения проблем значительно снижается, так как скорость их возникновения не является пропорциональной. Повышается вероятность отсутствия адаптации к изменяющимся условиям, что также способствует появлению критических ситуаций и процедур банкротства. Возникает необходимость заблаговременной адаптации к будущим изменениям.

Отличительной чертой розничных продуктовых сетей от деятельности производственных компаний выступает многофилиальность функционирования. Существующий процесс управления розничными сетями является не эффективным, вследствие того, что не учитывается специфика многофилиальности. Основные решения менеджмента ориентированы на повышение эффективности деятельности всей розничной сети в целом, без внедрения изменений в деятельности отдельного филиала (магазина). В конечном итоге общая эффективность

деятельности сети снижается. Возникает необходимость разработки и реализации таких решений, которые повышали эффективность деятельности, как отдельного филиала, так и всей розничной сети в целом.

На сегодняшний момент существенный недостаток разрабатываемых и реализуемых решений менеджмента в многофилиальных розничных сетях состоит в отсутствии ориентации данных решений на достижение единой, конечной цели функционирования - эффективности и продуктивности в краткосрочном и долгосрочном периоде. Отсутствие одного из четырёх элементов – краткосрочной эффективности, краткосрочной продуктивности, долгосрочной эффективности, долгосрочной продуктивности – является основным фактором возникновения отрицательных последствий, способствующих снижению конкурентоспособности и прибыльности, в данных условиях возникает необходимость разработки и реализации таких решений, которые ориентированы на достижение и обеспечение эффективности и продуктивности в краткосрочном и долгосрочном периоде.

Следует отметить, что на сегодняшний момент менеджмент розничных продуктовых сетей, осуществляют процесс разработки и внедрения инноваций, которые являются не ценным предложением для клиентов, или наоборот, разрабатывают ценные предложения для клиентов, не являющиеся инновационными.

Инновация ценности в отличие от компромисса «ценность - издержки» базируется на одновременном создании инновации, ценности (полезности для покупателя), снижении цены и издержек. Ценность без инновации является основным фактором появления различных незначительных усовершенствований товара, не позволяющих отличаться от конкурентов и занимать лидирующее (конкурентное) положение. Инновация без ценности аналогична процессу внедрения инновационных технологий, реинжинирингу бизнес-процессов, не приводящих к исключительной ценности и удовлетворённости покупателей товаров. При этом инновация ценности направлена на значительное сокращение издержек, посредством упразднения факторов, не влияющих на создание конкурентных преимуществ. Конкурентные преимущества и ценность для покупателя создаётся внедрением ранее не предлагавшихся элементов. Инновация ценности – это не имеющее аналогов новейшее предложение и представляющее специфические полезные (ценные) свойства для покупателя.

При этом использование системных закономерностей, а именно исследование системного архетипа жизненного цикла розничной сети, позволяет определить момент времени разработки и внедрения инновационно-ценного продукта (услуги), что в конечном итоге снижает издержки, увеличивает прибыль и повышает конкурентоспособность розничной сети.

На сегодняшний момент разработка и реализация инновации связана с высоким уровнем риска, при этом методов управления рисками, ориентированных на их исследование и оптимизацию – недостаточно. В результате разработанная инновация не реализуется, конкурентное позиционирование не достигается. Использование аналитического инструментария разработки и осуществления инновации ценности позволяет оптимизировать организационные риски, приступить к продвижению инновационно-ценного продукта на рынок, что способствует повышению конкурентоспособности розничной сети.

Таким образом, определены следующие специфические черты предпринимательских решений в розничных продуктовых сетях:

- 1) предпринимательское решение, ориентировано на достижение взаимосвязанных результатов - эффективности и продуктивности в краткосрочном и долгосрочном периоде;
- 2) предпринимательское решение ориентировано на обеспечение взаимосвязи стабилизирующего и развивающего элемента, что нивелирует отрицательные последствия отдельного функционирования данных элементов;
- 3) предпринимательское решение разрабатывается и реализуется в рамках нескольких филиалов (институтов) предпринимательской сети, что позволяет в значительной степени повышать эффективность деятельности как отдельного филиала, так и всей розничной сети в целом;
- 4) предпринимательское решение основывается на разработке и реализации инновации ценности в определённый момент времени, что позволяет оптимизировать издержки розничной сети и разрабатывать одновременно как инновационный, так и ценный продукт (услугу);
- 5) предпринимательское решение, ориентировано на оптимизацию организационных рисков посредством использования аналитического инструментария создания инновации ценности;
- 6) посредством исследования системных закономерностей функционирования, предпринимательское решение позволяет заблаговременно подготавливаться к будущим проблемам и принимать соответствующие меры в настоящем времени, адаптироваться к процессу происходящих изменений;
- 7) по причине несовместимости ролей управления, предпринимательское решение ориентировано на внедрение определённой последовательности, посредством использования системных закономерностей функционирования, что позволяет снижать уровень конфликтности в организации, более быстрыми темпами

достигать целевого этапа функционирования розничной сети - эффективности и продуктивности в краткосрочном и долгосрочном периоде.

В заключение данной статьи следует отметить, что автором определены основные проблемы функционирования многофилиальных розничных продуктовых сетей, выявлены последствия данного функционирования. Обозначены специфические черты и обусловлена необходимость внедрения предпринимательских решений для снижения вероятности возникновения данных последствий.

ФОРМИРОВАНИЕ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ ИННОВАЦИЙ ДЛЯ РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ

¹Стешин А.И., ²Шматко А.Д.

¹Д.э.н., проф., зав. каф. «Менеджмент организации»,
²Д.э.н., доц. профессор кафедры Экономики, управления и организации производством

Балтийский государственный технический университет «Военмех» им. Д.Ф. Устинова, г.Санкт-Петербург

В современной ситуации успешное стратегическое развитие компании во многом определяется ее инновационными возможностями, под которыми понимается способность своевременно проводить необходимые изменения в основных подсистемах деятельности организации.

В первую очередь рассмотрим те противоречия, которые возникают в связи с ориентацией компании на традиционные постулаты стратегического и инновационного менеджмента:

1. Стратегический менеджмент предприятия должен быть нацелен на обеспечение непрерывного развития компании. Согласно последним исследованиям, в последние десятилетия периоды непрерывного эволюционного развития имеют тенденцию к сокращению [2,4]. Для характеристики современного процесса экономического развития целесообразно использовать термин не непрерывная, а «дискретная эволюция». Таким образом, развитие рынка сопровождается постоянными процессами созидания (возникновения новых компаний, организационных форм, знаний и их быстрого эволюционного развития) и разрушения. Успешная деятельность компаний в долгосрочном периоде возможна лишь при ориентации на использование принципа «созидательного разрушения».

2. Одним из важнейших факторов успеха компании в конкурентной борьбе является сильная организационная культура. Действительно, организационная культура может служить одним из ключевых факторов успеха компании. Однако оборотной стороной силы организационной культуры зачастую является сложность изменения сложившихся стереотипов, норм и правил поведения. Так, как показывают Р. Фостер и С. Каплан [4], причиной кризиса (а в ряде случаев и банкротства) крупнейших американских компаний послужила косность ментальных моделей их топ-менеджеров, что позволило ученым говорить о «тормозе культурных традиций».

3. Наличие конкретного, имеющего достаточно четкие границы объекта управления, жизнеспособность которого необходимо обеспечить. Если ранее для проведения границ организации достаточно было выделить лишь базовые производственные функции, то сейчас успех предприятия обеспечивается всей цепочкой создания стоимости, а поддерживающие функции зачастую имеют не менее важное значение, чем производственные. Распространение гибридных форм координации также ведет к тому, что границы предприятия размываются, особенно если посторонние фирмы вовлекаются в развитие ключевых компетенций.

4. Все НИОКР необходимо проводить внутри компании, так как это обеспечивает ей преимущество и защиту от конкурентов. В современных условиях ориентация только на собственные силы является неэффективной, так как ведет к потере времени и дополнительным затратам ресурсов. Таким образом, более разумно применять так называемые «открытые инновации», предполагающие использование партнерств, альянсов в инновационной области.

В современной конкурентной среде шансы на длительный успех имеют лишь компании, готовые к совершению прорывов, и проведению постоянных организационных изменений. О трансформации компании свидетельствуют качественные изменения структуры групп интересов или технологии преобразования ресурсов в потребительские ценности. Предпосылками своевременной и успешной трансформации компании являются:

- наличие работоспособной системы раннего обнаружения шансов и угроз во внешней среде;
- высокий уровень гибкости организационных структур и процессов, обеспечиваемый за счет:

- высокий уровень креативности компании, базирующийся на напряженных, стимулирующих творчество целях.

- самостоятельность и обучаемость работников, их готовность к изменениям, значительный творческий потенциал и знания, необходимые для инноваций;

- наличие в компании руководителей, обладающих знаниями, опытом, личными качествами, необходимыми для проведения изменений;

- действенная мотивация персонала на развитие компании, доверие персонала к руководителям;

- наличие в компании «революционеров», способных инициировать и продвигать изменения, и достаточная их поддержка со стороны руководства.

Особое значение имеет самоорганизация стратегической деятельности. Существуют три основные предпосылки эффективной самоорганизации стратегической деятельности, которые должно обеспечить руководство компании:

- общее, объединяющее сотрудников компании видение будущего;

- организационные условия для активного участия всех групп влияния в формировании рациональных стратегических решений;

- организационные условия для развития партнерского взаимодействия групп интересов в компании.

Наконец, перспективы самоорганизации компании существенно зависят от качества партнерского взаимодействия в ходе формирования и реализации стратегий, от активной взаимопомощи участников предприятия и добросовестного выполнения ими обязательств по отношению к организации.

В практике управления инновационной деятельностью компании неизбежно сталкиваются с рядом затруднений, вызванных так называемой неопределенностью. Это связано с отсутствием точных и достоверных сведений, необходимых для принятия управленческих решений.

Управленческая инновация возникает на стыке потребностей рынка и потребностей организации. Управленческие инновации тесно связаны с персоналом, который оказывает большое сопротивление при введении в организацию. Новые организационные структуры, методы выработки решений, формы стимулирования работников сталкиваются с человеческими интересами.

Стабильность является значимой человеческой ценностью, а введение инноваций всегда связано с нарушением стабильности, преодолении инерции сложившегося порядка. Последствия управленческих инноваций менее предсказуемы, чем последствия технических (технологических) инноваций. Не всегда осуществляется переход от исходного состояния в желаемое. Это связано с ограниченной способностью людей принимать и реализовывать адекватные управленческие решения. [5]

Для преодоления неопределенности принятия управленческого решения, воплощения в жизнь управленческой новации необходим всесторонний анализ деятельности компании, выявление ее потенциала и уровня развития. Своеобразное информационное сито представляет собой такой инструмент как квантово-экономический анализ, который направлен на соотнесение различных аспектов деятельности хозяйствующего субъекта.

Согласно теории квантово-экономического анализа бизнес описывается как единое целое на основе эволюционного подхода. Данный метод устанавливает основные этапы эволюции компании, позволяет на основе критерия доступа компаний к капиталу провести их классификацию, а также проводит эволюционную классификацию рынков на основании того, как рынок делит потребителей с другими рынками.

Основная идея квантово-экономического анализа состоит в том, что важны не уровни эволюционного развития продукта, компании и рынка сами по себе, а правильное сочетание этих уровней.

Квантово-экономический анализ рассматриваемых проектов проводится следующим образом. На первом этапе оцениваются технические достоинства продукта, коллектив и ресурсы компании, размер рынка и его динамику, определяется эволюционная стадия развития каждого из этих компонентов.

На втором этапе имеющиеся сочетания эволюционных уровней развития продукта, компании и рынка сравнивается с матрицей разрешенных сочетаний. Если полученная комбинация является разрешенной, проект может стать успешным. Если неразрешенной, проект обречен в силу эволюционной несовместимости ключевых компонентов.

На основе квантово-экономического анализа предлагается проводить инвестиционный анализ перспективных и обреченных проектов с целью отсева последних до начала их реализации.

Алгоритм формирования управленческих новаций для реализации стратегических решений можно представить следующим образом:

- 1) Анализ целей развития организации;

- 2) Выявление ресурсных потребностей организации для обеспечения этих целей;
- 3) Выявление потребностей рынка;
- 4) Проведение квантово-экономического анализа на предмет соответствия целей и задач организации стадиям жизненного цикла продукта, компании, рынка;
- 5) Выявление несоответствий и принятие адекватных управленческих решений (управленческих новаций) соответствующих уровню развития экономической системы.
- 6) Информационное обеспечение реализации управленческих инноваций.
- 7) Определение эффективности управленческих новаций.

Информационная среда организации является одновременно и проводником управленческих решений и катализатором ускорения процесса коммерциализации управленческой новации. Роль информационной составляющей при реализации управленческих новаций будет заключаться, во-первых, в предоставлении адекватной и своевременной информации, во-вторых, в трансформации информационных ресурсов в знания, а значит в инновации и конкурентные преимущества, и, в преодолении сопротивлений со стороны персонала и рынка, в третьих.

Список литературы

1. Бухвалов А.В., Каткало В.С. Новые тенденции в концептуализации стратегического управления инновациями// Российский журнал менеджмента. - 2004, №4.
2. Кристенсен К.М. Дилемма инноватора. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2008.
3. Макаров А. М. Преобразующий менеджмент: стратегическое управление организацией в современных условиях// вестник Санкт-Петербургского университета. - 2005, № 8.
4. Управленческие нововведения в США: проблема внедрения / Отв.ред. Ушанов Ю.А. – М.: Наука, 2000.
5. Фостер Р., Каплан С. Созидательное разрушение. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2005.

СЕКЦИЯ №9.

ВОПРОСЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ

СЕКЦИЯ №10.

МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА И МЕЖДУНАРОДНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОТНОШЕНИЯ

ПОСЛЕДСТВИЯ ОТВЕТНЫХ САНКЦИЙ

Сенченко П.В., Руденко И.А., Галин Р.Р., Дауров А.А.

Томский Университет Систем Управления и Радиоэлектроники, г.Томск

Поставки нефти Российской Федерацией в страны ЕС составляют почти половину от общего объема потребления, а газа почти треть. В последнее время Германия является центром распределения газа поставляемого Россией, а немецкие компании являются инвесторами и совладельцами Северного потока. Так же было произведено объемное инвестирование и кредитование экономики РФ.

Во многих странах ЕС (таких как Латвия, Литва, Эстония, Украина, Белоруссия, Финляндия, Болгария, Чехия и Словакия) импорт Российского газа составляет 100%. В Турции 70%, а в Греции и Венгрии 40-45%.

Зависимость от поставок нефти Россией еще больше. Поставки нефти из России и стран СНГ составляют почти половину всего импорта стран ЕС. Причем 90% из этой половины приходится на Россию.

Если поставки нефти и газа из России в ЕС будут нарушены, то это может привести к серьезным сбоям работы многих электростанций в ЕС, а так же металлургических, химических и нефтеперерабатывающих заводов. Нарушение поставок лишит отопления треть населения ЕС и приведет к сбоям работы транспортных сетей. Как следствие это может привести к ощутимому падению ВВП ряда стран.

Помимо важной роли России в снабжении Германии и стран ЕС энергоресурсами, большое значение имеет и дестабилизации финансовой системы ЕС при введении антироссийских санкций.

Ущерб для Европы будут представлять не только потери инвестиций в экономику России, но так же и потери от товарооборота с Россией, что приведет к падению прибыли многих компаний, вследствие чего некоторые из них могут оказаться на грани банкротства. Произойдет падение фондовых рынков Европы на 15-25%, рост безработицы на 3-7%, а европейская единая валюта может попасть под давление и возможно снизится до уровня американского доллара, что сейчас и происходит.

При самом худшем положении дел может произойти раскол стран по отношению к происходящим военным действиям на Украине, падение экономик ряда стран Европы более чем на 15%, что может привести к распаду еврозоны.

На сегодняшний момент экономика Украины находится в пред дефолтном состоянии, а по некоторым позициям достигает открытого дефолта. Кроме того содержание Украины в условиях революции слишком дорого обходится ЕС, так как европейский стабилизационный механизм не рассчитан на нагрузки в сотни миллиардов долларов.

США и ЕС хотят решить финансовые проблемы Украины за счет России. Общий долг перед Россией составляет 60 миллиардов долларов, из которых:

28 миллиардов долларов – риски российских банков на Украине

2 миллиарда долларов – долг перед Газпромом за газ.

28 миллиардов долларов – объем прямых иностранных инвестиций

3 миллиарда долларов - прямые вложения Минфина РФ в украинские еврооблигации.

Россия предложила стабилизационный пакет в расчете на мирное время, который включал в себя скидку на газ и кредит в размере 15 миллиардов долларов за год, для стабилизации долга. Но новая власть в Киеве отвергла данное предложение, а так же отказалась выплачивать долг 3 миллиарда долларов за еврооблигации.

Помимо Российских 60 миллиардов долларов у Украины имеются еще два источника доходов: инвестиции украинских олигархов составляют примерно 140 миллиардов долларов, сбережения населения в наличной валютной форме составляют примерно 50-80 миллиардов долларов.

Таким образом, не смотря на то, что ВВП Украины на душу населения примерно равно показателям Узбекистана, Туниса и Египта, санация финансовой системы Украины имеет минимум три источника.

При дальнейшем ухудшении экономической ситуации на Украине сбережения населения будут потрачены на жизненно необходимые средства. Средства олигархов использовать для санации финансовой системы не получится, так как они хранятся в основном в офшорных зонах и обременены сопоставимыми обязательствами. Поэтому инвестиции России на Украине могут быть основным источником санаций. Но Россия не может списать такой объем инвестиций и вынуждена консолидировать государственные и корпоративные требования к украинской экономике и добиваться их безусловного возврата.

Евросоюз в данных условиях не сможет выступить отодвинув законные экономические интересы России под предлогом политической обструкции РФ без угрозы принять на себя эти требования и отвечать за возврат этих кредитов и инвестиций.

Если будет допущена фактическая конфискация вкладов российских банков и компаний под предлогом незначительной помощи ЕС и США, то это будет означать окончательное разрушение мировой финансовой системы путем отказа правовых систем США и ЕС. В данном случае начнется саморазрушение мирового финансового порядка. В случае России и Украины можно говорить о прямой финансовой аннексии российской собственности на десятки миллиардов долларов, которая будет объясняться правомочностью санкций США и ЕС. С точки зрения России это открытая внесудебная конфискация огромных средств, что означает прямое объявление войны.

В том случае, если санкции затронут средства валютных резервов Банка России и средств фонда национального благосостояния и резервного фонда РФ, то России придется найти способы соразмерного изъятия активов стран-агрессоров, что приведет к соответствующим последствиям для стран НАТО, нападающих на Россию по средствам финансовых санкций.

Ответные меры России будут включать ряд решительных действий:

- Для стран, которые ввели санкции: продажу долговых обязательств;
- Отказ от возврата любых кредитов, взятых российскими государством или предприятиями;
- конфискацию западных активов;
- Западная валюта будет продана и заменена на азиатские валютные резервы, торговля с Западом закончится, и вся экономика перейдет на Азию.
- доллар будет полностью исключен из коммерческого оборота.

Для Евросоюза потери от данных мер будут катастрофическими.

Список литературы

1. Сенченко П.В. Структурно-функциональная и динамическая модели мониторинга социально-экономического развития муниципальных образований/ А.А. Сидоров, П.В. Сенченко // Доклады Томского государственного университета систем управления и радиоэлектроники. 2012. № 2 (26), часть 1. С. 258-264.
2. РИА новости [Электронный ресурс] URL: <http://ria.ru> (дата обращения 18.07.15).
3. Информационное агентство Российской Федерации [Электронный ресурс] URL: <http://tass.ru/> (дата обращения 20.07.15).

ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Селютина Н.Г.

Институт мировой экономики и информатизации, г.Москва

Действующий Закон РФ «Об образовании» в своей преамбуле под образованием подразумевает как сам образовательный процесс, так и его результаты. Это значит, что образование есть целенаправленный процесс воспитания и обучения, который должен способствовать достижению гражданином определенного образовательного ценза, что юридически удостоверяется соответствующим документом. Поэтому сегодня обретают актуальность практические вопросы, связанные с правовым обеспечением системы управления качеством в образовательной организации.

Термин «правовое обеспечение» применительно к какой-либо деятельности, в том числе деятельности по управлению качеством образования, может использоваться как в узком, так и в широком смыслах. В узком смысле, данным термином обозначают «совокупность правовых норм, устанавливающих цели, задачи, принципы управления качеством образования, основные средства и способы осуществления этого механизма...». [7] Понятием «правовое обеспечение», в широком смысле, «охватывается и деятельность по защите качества образования и субъектов, осуществляющих управление этим качеством, в том числе и посредством применения различного рода правового принуждения, включая и меры юридической ответственности». [7] В целом, синонимом обоих значений служит термин «правовые гарантии качества обучения», который нередко встречается в юридической и педагогической литературе.

Формулирование правовых гарантий качества образования требует выявления всех значимых факторов, способных оказывать влияние на качество, и которые должны быть юридически оформлены. При этом следует учитывать, что правовые гарантии лишь юридически закрепляют сложившиеся на практике социальные, экономические и иные механизмы обеспечения качества образования. В методологическом аспекте под качеством понимается «характеристика предмета, объективной действительности, как еще нерасчлененная на отдельные элементы совокупность признаков, свойств предмета. Качество проявляется лишь в системе отношений предмета с другими предметами». [5] Гражданский кодекс РФ содержит нормы о качестве работы (услуги) (ст. 721-725), но не дает ему конкретного определения. [2] Данное положение в законе РФ «О защите прав потребителей» (ст. 4) обязывает исполнителя оказать услугу, качество которой должно соответствовать договору, а при отсутствии указаний в договоре – обычно предъявляемым требованиям. [4] Таким образом, можно сделать вывод, что, во-первых, качество представляет собой некую совокупность свойств, направленных на удовлетворение потребностей человека; во-вторых, качество должно соответствовать заранее установленным требованиям (стандартам).

Обеспечение надлежащего качества образования является в наше время одной из главных задач образовательных организаций. При этом правовые средства обеспечения качества образования носят, в целом, публично-правовой характер, т.е. они предусмотрены преимущественно императивными нормами как собственно образовательного, так и отраслевого законодательства. Здесь могут быть названы лицензирование, стандартизация, сертификация, осуществляемая в форме аттестации и аккредитации образовательных организаций и образовательных программ, а также осуществления промежуточной и итоговой аттестации выпускников. Например, ст. 13 Закона РФ «Об образовании» предусматривает обязательную структуру Устава образовательного учреждения. В случае нарушения установленного законом перечня происходит отказ регистрационных органов в регистрации Устава, что создает юридическую недопустимость деятельности образовательной организации. [3]

Немало правовых гарантий качества образования имеют частноправовую природу. Например, договорное оформление предоставления образовательных услуг на платной основе позволяет предусмотреть сторонам дополнительно к нормативно установленным требованиям и иные условия обеспечения качества образования. В этом случае необходима опора на действующее гражданское законодательство.

Закон РФ «Об образовании» предусматривает ответственность образовательного учреждения за качество образования своих выпускников. С этой целью юридически обоснован институт государственных образовательных стандартов, требованиям которых должны соответствовать содержание и качество подготовки выпускников аккредитованных образовательных учреждений. Такое положение связано с обеспечением прав и свобод личности, что выступает конституционно закрепленной обязанностью государства. [1] Но на практике мы сталкиваемся с рядом сложностей и противоречий, которые затрудняют создание правовой основы для обеспечения системы качества образования. Назовем некоторые из этих сложностей и противоречий:

1. Вызывает методологическую проблему определение самого понятия «качество образования», так как категория «качество» является, в своей основе, субъективной.

2. Субъективным можно назвать и акт внешней по отношению к образовательной организации деятельности по восприятию и оценке качества результатов образования. Проще говоря, то, что для одного работодателя на рынке труда в наше время является вполне приемлемым уровнем знаний и компетенций, для другого – явно недостаточно.

3. Двойственный характер правового регулирования носит предоставление платного образования на договорной основе, заключающегося в сочетании гражданско-правовых и публично-правовых методов, а это позволяет применять к обеспечению качества образования нормы законодательства об охране прав потребителей, что создает на практике определенные правовые коллизии и нюансы.

Наибольшая сложность видится в организации правового сопровождения системы качества образования в общеобразовательных школах (лицеях, гимназиях, центрах образования). В названных образовательных организациях управление качеством образования опирается на имеющиеся ресурсы, которые определяют получение учащимися среднего образования. Здесь результат образовательной деятельности оценивает не работодатель, а потребитель. Соответственно необходимы правовые формы, которые бы фиксировали основные показатели образовательного процесса, а также удовлетворенность потребителя в информации о ходе процесса и его качества. Однако на практике возникают многочисленные сложности с правовым оформлением взаимоотношений потребителя образовательных услуг и самой образовательной организации, в которой несовершеннолетние, в основной своей массе, учащиеся получают среднее образование. Наиболее действенной в этом случае может оказаться идея комплексной оценки педагогического мастерства учителя через критерии и показатели результативности образовательного процесса (уровень знаний и компетенций учащихся, развитие их воспитанности и др.). [6] Но для всего этого не всегда удастся найти какие-то строгие и формально обозначенные юридические основания.

Таким образом, особенности взаимосвязи качества образования и правового регулирования общественных отношений в сфере образования приводят к следующим выводам:

1. Понятие «качество образования» является сложной категорией, имеющей как объективный, так и субъективный характер. На практике это создает правовые коллизии, от разрешения которых во многом зависит управление качеством образования и результаты образовательного процесса.

2. Правовой основой качества образования выступают федеральные государственные образовательные стандарты и иные устанавливаемые государством требования к образованию. Поэтому важно регламентировать в форме определенных требований и условий образовательный процесс, и главным образом ориентироваться на его качество.

3. Договор оказания платных образовательных услуг является основным, а в ряде случаев и единственным, средством обеспечения (или защиты) качества образования, так как именно в него могут быть включены дополнительные, по сравнению с государственным стандартом, требования и условия по реализации образовательного процесса.

В целом, действующее в РФ образовательное законодательство далеко еще не в полной мере способно обеспечить правовые гарантии качества образования.

Список литературы

1. Конституция РФ (в действующей на 01.07.15 г. редакции).
2. Гражданский Кодекс РФ (в действующей на 01.07.15 г. редакции).
3. Закон РФ «Об образовании» (в редакции на 01.09.14 г.).
4. Закон РФ «О защите прав потребителей» (в редакции на 01.01.15 г.).

5. Краткий словарь по философии. /Под общ. ред. И.В. Блауберга, И.К. Пантина. – М., 2009.
6. Найденова Н.Н., Найденова И.С. Структура измерения качества образования наднациональным инструментарием. //Иновации в образовании. – № 12. – 2010. – С. 96-109.
7. Усанов В.Е. Перспективы развития нормативно-правового регулирования образования. //Образование и право. – № 2. – февраль. – 2011.

СЕКЦИЯ №11. МАРКЕТИНГ

МАРКЕТИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Багова Д.М.

Кабардино-Балкарский государственный аграрный университет им. В.М. Кокова, г.Нальчик

В современных условиях, когда возрастает неопределенность и насыщенность внешней среды, руководству предприятий приходится решать вопросы управления не только самим производственным процессом, но и учитывать влияние внешней среды. У предприятий, своевременно учитывающих и прогнозирующих изменения внешней среды, возрастают шансы эффективного функционирования и развития. Именно у таких предприятий раньше других могут появиться благоприятные возможности рационального использования ресурсов посредством стратегического управления и выработки новых целевых установок, позволяющих создать новые преимущества для выживания и повышения конкурентоспособности.

Многофункциональность рыночной деятельности, понимание особенностей в каждом конкретном случае и на каждом конкретном предприятии создало много различных подходов к процессу управления. Руководители предприятий, каждый по-своему, адаптируют деятельность своего предприятия и его систему управления к рыночным условиям.

Приспособление предприятия к рыночным условиям не только повышает эффективность его деятельности, но также способствует развитию рынка в нашей стране и внешнего окружения предприятия. [1, с. 186]

Исследование организационных и экономических механизмов повышения эффективности рыночной деятельности предприятия с помощью методов маркетинга проводилось нами в ОАО «Прохладенский хлебозавод» Кабардино-Балкарской Республики.

По отношению к факторам воздействия макроокружения предприятие в основном занимает подчиненное положение, при этом не имея возможности оказать на них влияния. Однако, предприятие оценивает это влияние, чтобы лучше приспособиться к факторам макроокружения и заранее настроиться на прогнозируемые изменения.

В ходе исследования было выявлено, что на деятельность предприятия в основном оказывают влияние экономические и технологические факторы. Так, экономическое состояние предприятия соответствует общей тенденции спада, вызванного свертыванием производств, инфляционными процессами, разрывом производственных связей. На положение предприятия оказывает негативное влияние сложившаяся в регионе обстановка, не позволяющая развивать необходимые хозяйственные связи, привлекать инвестиции в развитие производства.

Экономическая зависимость от внешних факторов остается определяющей из-за не стимулирующей промышленное производство финансово-кредитной политики государства. Налоговая нагрузка не оставляет предприятию средства на развитие, а кредитная не позволяет их привлечь.

Рост тарифов на энергоресурсы вызывает цепную реакцию соответствующего увеличения цен на комплектующие, материалы, услуги, в итоге - на продукцию предприятия, негативно влияя на рентабельность производства, платежеспособный спрос.

Постоянный рост стоимости муки и конкуренция на рынке с малыми предприятиями, применяющими упрощенную систему налогообложения, наличие на рынке более дешевой, часто некачественной, продукции, заставляет предприятие в своем ценообразовании ориентироваться на рыночные цены, что приводит к сокращению прибыли.

Наиболее возможными вариантами реакции на изменения внешней среды можно считать приспособление ОАО «Прохладенский хлебозавод» к новым условиям хозяйствования, поиск новых рынков сбыта, экономия

ресурсов, расширение ассортимента хлебобулочных и кондитерских изделий, пересмотр структуры производства в пользу наиболее выгодной продукции, приобретение нового технологического оборудования и т.д.

Основной объем реализации продукции предприятия приходится на рынок г. Прохладный, а основными потребителями хлебобулочной продукции и кондитерских изделий являются: общеобразовательные школы г. Прохладного и Прохладненского района, ЗАО «Тандер», ЗАО «Кавказкабель», более 100 индивидуальных предпринимателей. Таким образом, расположение непосредственно в городе облегчает задачу сбора маркетинговой информации о рынке и позволяет быстрее адаптироваться к изменяющимся условиям микросреды.

В результате анализа внутренней среды выводятся данные стратегического потенциала в рамках поставленной цели, насколько по количеству и качеству ресурсов предприятие отвечает целевым требованиям. В ходе анализа проясняется картина сильных и слабых сторон, возможностей и угроз предприятия. [2, с. 126]

ОАО «Прохладненский хлебозавод» обладает достаточно большим количеством сильных сторон: большой опыт работы на рынке; наличие преимуществ продукции по качеству; широкий ассортимент продукции; инновации в технологии и рецептурах продукции; профессиональный менеджмент организации; инновационное мышление руководства.

Слабые стороны связаны с организацией внутренних процессов предприятия - неполное использование производственных мощностей, снижение платежеспособности, но их влияние не так сильно, как в случае с сильными сторонами.

Основными возможностями предприятия являются освоение новых рынков и обновление товарного ассортимента. Данные возможности помогут не только реализовать сильные стороны, но способны также уменьшить слабые стороны предприятия.

Угрозы появления новых и активизации существующих конкурентов оказывают воздействие на все слабые стороны предприятия, но последствия данных угроз могут быть смягчены использованием сильных сторон предприятия.

Согласно результатам SWOT-анализа, стратегическими направлениями развития предприятия являются:

- возврат дебиторской задолженности, погашение долгов перед кредиторами;
- разработка отделом маркетинга стратегии борьбы с конкурентами;
- использование наиболее перспективных продуктов для привлечения финансовых ресурсов;
- расширение ассортимента высококачественных, экологически чистых продуктов для удовлетворения потребностей населения;
- увеличение объемов продаж существующих продуктов и использование прибыли на внедрение современных технологий производства хлебобулочных и кондитерских изделий.

Ценовая политика ОАО «Прохладненский хлебозавод» формируется на основе мониторинга цен конкурентов на аналогичную продукцию. Предприятие устанавливает цены на свою продукцию, используя метод полных издержек, т.е. к полной сумме затрат прибавляют надбавку, соответствующую норме прибыли, принятой в данной отрасли.

Предприятие имеет преимущество в ценообразовании: цены реализации продукции предприятия ниже цен конкурентов. Кроме того, предприятие устанавливает оптовые скидки за покупку продукции крупными партиями. Более низкие цены на произведенный товар дают шанс, как на лучшую окупаемость, так и на увеличение товарооборота.

Рыночную позицию ОАО «Прохладненский хлебозавод» определяет активный маркетинг, владение информацией для оперативного реагирования на изменение конъюнктуры рынка. На предприятии осуществляется постоянная работа по расширению рынка сбыта готовой продукции, в частности:

- участие в российских, региональных выставках, конкурсах, в программе «100 Лучших товаров России»;
- участие в тендерных торгах, по результатам которых заключаются договора на поставку продукции;
- опрос, анкетирование, индивидуальная работа с потребителями, разработка привлекательных условий поставки хлебобулочной продукции.

Для получения максимального эффекта руководство предприятия обеспечивает тщательное планирование взаимосвязанных элементов комплекса рекламной деятельности (например, создан сайт предприятия в Интернет, активно используется телевидение, пресса и др.). При этом принимается во внимание тот факт, что правильно спланированная и хорошо организованная реклама в состоянии оказать значительное влияние на повышение эффективности деятельности предприятия. [3, с. 179]

Для оценки маркетинговой деятельности организации нами был проведен опрос руководителей подразделений и специалистов. При этом осуществлялось заполнение анкет, при обработке которых выставлены балльные оценки отдельных характеристик системы маркетинга.

По результатам опроса, маркетинговая деятельность предприятия оценивается в 4 балла, т.е. находится в хорошем состоянии. Несмотря на это, требуются дальнейшие усилия по внедрению инструментов маркетинга, направленных на повышение результативности работы предприятия, его рыночной устойчивости и максимальное удовлетворение запросов потребителей.

Список литературы

1. Буздов З.З. Разработка критериев оценки эффективности агробизнеса // Экономика и социум. - 2014. - №3-4 (12). - С. 185-188.
2. Жемухов А.Х., Хамурзов З.Г. Механизм формирования маркетингового потенциала предприятия АПК // Тенденции развития экономики и менеджмента: Сборник научных трудов по итогам международной научно-практической конференции. - Казань: ИЦРОН, 2014. - С. 125-127.
3. Шокуев М.Х. Доводы в пользу и против рекламы // Теоретические и прикладные вопросы образования и науки: сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции. - Тамбов: ООО «Консалтинговая компания «Юком», 2014. - С. 178-180.

ПРИМЕНЕНИЕ ПЛАНОГРАММ ДЛЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ

Днев О.Г., Власова А.С.

Юго-Западный государственный университет, г.Курск

Для успешного использования выкладки товаров в целях магазина (повышение объема и качества 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. Планограмма – схематичное изображение размещения товаров на стеллаже. Наличие планограмм помогает менеджменту компании контролировать соблюдение стандартов мерчандайзинга и является ключевым инструментом управления торговым пространством. Созданию планограмм предшествует скрупулезный анализ статистики продаж плюс наличие и соблюдение регламента. Стандарты выкладки – главное условие эффективного использования торгового пространства розничной сети.

Использование планограмм в работе торговых сетей является ключевым инструментом управления торговым пространством.

Обязательные элементы планограммы:

- ассортиментный ряд – перечень обязательных для представления в данном магазине артикулов товара (SKU, Stock Keeping Unit – стоковая единица хранения, или единица складского учета);
- количество каждого представленного артикула (SKU) – указание минимально допустимого количества товара по каждому артикулу (SKU);
- определение конкретных мест продажи, их размеров и площади, на которых расположены товары компании;
- требования к представлению – определение расположения товаров на первом ряду витрины;
- количество упаковок товара одного артикула (SKU);
- определение «лицевой» стороны упаковки, угол размещения товара (для штучного ассортимента);
- последовательность расположения различных артикулов (SKU) одного бренда;
- требования к размещению POSM, требования к ценнику;
- дополнительные пояснения и комментарии относительно особенностей размещения товара, связанные с конкретным магазином.

Если всем товарам выделили одинаково места, но одни продаются лучше других. Соответственно и полка опустеет быстрее. И вовсе не факт что полочный запас будет тут же пополнен сотрудником со склада.

В худшем из случаев ему будет попросту нечем пополнить полку, поскольку и заказ был сделан не пропорционально продажам, а по принципу «всего поровну». Дозаказ организовать нельзя, потому что объем

поставки меньше минимального заказа, и магазин остается с пустым пространством на полке до следующей поставки.

Мы предлагаем методику составления планограмм для товаров. Для этого применяем следующий алгоритм:

- определение долей групп в товарообороте категории в денежном выражении;
- определение объема выкладки для каждой группы;
- определение долей брендов в товарообороте группы в натуральном выражении;
- определение объемов выкладки для каждого бренда в категории.

Составление рейтинга продаж (ABC-анализ) в денежном выражении по категории товаров в целом, с разбивкой по группам. Определение долей групп в товарообороте категории. Разбиваем ассортимент на товарные группы (таблица 1). В группу А вошли промышленные товары, гигиена и косметика, бытовая химия. В группу В вошли товары для кухни, бытовая техника, канцтовары, посуда. В группу С – Игры и игрушки, Товары для животных, Товары для отдыха и путешествия, Обувь, одежда, Товары для детей, Газеты и журналы, Чулочно-носочные изделия.

Далее мы определим доли выкладки для каждой группы в категории. Объем выкладки категории умножается на рассчитанные нами %-ты каждой группы в товарообороте категории.

Таблица 1

Доли товарных групп в товарообороте супермаркета

№ поз.	Наименование товарной группы	ABC-анализ	Кол-во модулей
1	Промышленные товары	А	5 модулей
2	Гигиена и косметика		
3	Бытовая химия		
4	Товары для кухни	В	3 модуля
5	Бытовая техника		
6	Канцтовары		
7	Посуда	С	2 модуля
8	Игры и игрушки		
9	Товары для животных		
10	Товары для отдыха и путешествия		
11	Обувь, одежда		
12	Товары для детей		
13	Газеты и журналы		
14	Чулочно-носочные изделия		

Предположим, что все товары занимают 10 торговых модулей.

Тогда объем выкладки групп будет составлять: группа А – 5 торговых модулей; группа В – 3 торговых модуля; группа С – 2 торговых модуля.

После того, как мы определили площадь выкладки для всех категорий товаров, мы можем сформировать побрендовую планограмму.

Далее рассчитываем процентное соотношение, например товары Бытовой химии в группе А (Табл.2).

Таблица 2

Доли продаж бытовой химии в группе А

№ поз.	Наименование товарной группы	Доля товаров А, %	Доля товаров в группе А, %	Группа ABC
1	Промышленные товары	20,03	43,80	А
2	Гигиена и косметика	13,3	29,08	А
3	Бытовая химия	12,4	27,12	А

	Итого		100	
--	-------	--	-----	--

Как видно из таблиц, доля продаж Бытовой химии составляет 12,4% от общего объема продаж в группе А. Рассчитаем количество модулей необходимое для выкладки товаров Бытовой химии:

$$n = N \cdot d,$$

$$n = 5 \cdot 0,271 = 1,36$$

где n - количество модулей для товаров Бытовой химии, шт.

N – общее количество модулей для группы А, шт.

d – доля категории в обороте, %.

n = 1,36

Поэтому на категорию Бытовой химии приходится 1,36 шт. модулей.

При желании и/или необходимости товары Бытовой химии могут быть расположены и вертикальным блоком на всех 5-ти полках модуля, но уже не на всю его ширину, а на 1/3. Зная состав линейки брендов товаров и продажи в штуках, можно определить объем выкладки для каждого SKU бренда.

Существуют специализированные программы создания планограмм, такие как Spaceman, Quantum, JDA Intactix, Galleria, Planographics, Apollo, ProSpace, ShelfLogic, Visual Home и т.д., которые также позволяют анализировать эффективность использования полочного пространства по различным параметрам, вводимым пользователем: либо по продажам в натуральном или денежном выражении, либо по прибыли.

Развитие систем формирования электронных планограмм позволяет решить эту проблему.

К правилам применения планограмм можно отнести:

- выделение для каждого вида товаров площади, соответствующей их продажам;
- предоставление большей площади тем товарам, которые реализуются быстро, или которые рекламируются;
- расположение рекламируемых товаров в наиболее выгодных и просматриваемых местах торгового зала;
- расположение импульсивно приобретаемых товаров рядом с теми товарами, которые пользуются повышенным спросом;
- группирование связанных друг с другом товаров в одном месте, и т. д.

Планограмма выкладки товара должна служить ориентиром для всего торгового персонала, и все манипуляции с товарами в торговом зале, связанные с заполнением товарами стеллажей и полок, пополнением запасов товара в торговом зале, должны точно соответствовать утвержденной планограмме выкладки. 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. Планограмма является руководством для выкладки товара или любых изменений в выкладке.

Таким образом, для совершенствования качества реализации непродовольственных товаров рекомендуется применять методы планограмм.

Список литературы

1. Диев О.Г. Интегральный подход к оценке конкурентоспособности товара//Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. 2014. № 1. С. 100-104.

ВИЗУАЛЬНЫЕ ОБРАЗЫ В РЕКЛАМЕ

Кречина Е.А.

г.Ухта, РФ

Визуальная форма рекламы играет важную роль особенно для привлечения внимания потребителя и формирования запоминаемости сообщения, а степень ее воздействия на эти процессы зависит от ряда факторов:

- простота восприятия, понятность, интересность и увлекательность образа;
- эмоциональная привлекательность;
- достижение понимания с позиции традиций, культурных, религиозных, нравственных параметров и этичности образа;
- динамичность образа (сюжета);
- особенности индивидуальных психологических параметров потребителя.

Вот представим, что на нашу планету приземлились инопланетяне, у них могли бы найтись некоторые основания принять огромные рекламные плакаты, щиты и прочие билборды за живые существа. Слишком похотливо они ведут себя в городском пространстве — гораздо увереннее, чем многие другие его элементы. Они живут собственной жизнью — и диктуют пространству собственную, совершенно неисследимую логику. «Невозможное возможно» — правдоподобно утверждает реклама фирмы Adidas. «Вот что я люблю!» — сообщает надпись на пиляре. «Рожден, чтобы быть лидером!» — трубит третья, имея в виду автомобиль. А четвертая, во весь забор — снизу доверху — сообщает нечто и вовсе несуразное: «ШШШ! Знаете что?». Какой связный текст образуют эти сообщения — интересная задачка для инопланетного гостя. Даже в маршрутке, с одной стороны, вещает радио, где после каждой песни идет реклама, а с другой — перед глазами висит экран, на котором рекламируется что-то, не имеющее к тебе ни малейшего отношения. Реклама существует с единственной целью - привлечение твоего внимания. Пусть не сознательного, не важно. Важно, чтобы хоть как-то было замечено. Уличная реклама окликает тебя, одергивает, лезет тебе в глаза, в воображение, в область сокровенных желаний и страхов, давит на совесть. Простым примером являются предупреждающие надписи на пачках сигарет: «Импотенция», «Бесплодие», «Рак легких», сопровождающихся красочными фотографиями. Но даже если отвлечься от содержательной стороны всего, что нам сообщается — не понимать, допустим, языка — то остается еще сторона формальная. Основными визуальными средствами обеспечения восприятия выступают линии, параметры фона и фигур, краски и цвета, фотографические и звуковые образы, видеоизображения, компьютерная графика. Принципиально важное значение могут приобретать фигуры четырехугольника, прямоугольника, квадрата, треугольника и овала, используемые для внутрирекламной композиции и внешнего формата рекламы (например, в прессе).

Линии представляют собой простейший базовый элемент образа и символики рекламы. Они вызывают у человека различные (сознательные и подсознательные) эмоциональные ощущения и реакции. Вертикальные линии могут характеризовать некое стремление вверх, горизонтальные - поступательное движение или покой, диагональные - рост или падение, ломаные — ступенчатость и дискретность, изогнутые — плавность, цикличность и т.д. Вид линии (прямая, зигзагообразная, изогнутая) и их жирность может порождать эмоциональные окраски «вялости», «динамичности», «беспокойства», «изыщества» и т.п.

Цветовые сочетания фона и фигур могут порождать гамму чувств — от активного, творческого и праздничного до пассивного, депрессивного и скорбного.

Объемные фигуры (используемые как при плоском изображении, так и в качестве элементов видеоряда) — эллипсоид, шар, куб, цилиндр, конус воспринимаются в аспекте их аналогии с некоторыми природными объектами и формами человеческого тела, а также их возможных плоскостных сечении — угловатостей, рублености или постепенности, округлости.

Все разнообразие аспекты интерпретации различных линий и фигур имеют важное значение не только для поиска решений в области формирования элементов фирменного стиля, товарного знака, логотипа, но и для графического оформления ряда рекламных сообщений.

Установлена определенная зависимость между избранием цветового варианта решение рекламного оформления и конкретного естественного восприятия человека – каждый цвет вызывает у него вполне конкретный набор ассоциаций.

Влияние цвета на потребительский выбор можно проиллюстрировать часто приводимым примером широкоизвестного эксперимента, когда домохозяйкам дали продегустировать 4 чашки кофе, стоящие рядом с коробками коричневого, красного, голубого, желтого цвета. Несмотря, что кофе во всех чашках был одинаковый, 75% дегустаторов отметили, что кофе, стоящий рядом с коричневой коробкой, слишком крепок. Около 85% женщин сочли кофе, стоящий рядом с красной коробкой, самым ароматным и вкусным, и почти все испытуемые утверждали, что кофе, стоящий рядом с голубой коробкой, мягкий, а тот, что стоял рядом с желтой коробкой, – слабый.

Вот уже почти тридцать лет существует наука - видеоэкология (с 1989 года). Она не устает напоминать, насколько все названное противно естеству. Природа, говорят видеоэкологи, любит плавные, округлые линии, мягкое гармоничное разнообразие а эдакая агрессивная видеосреда ни к чему, кроме болезней — нервных, психических и вполне себе даже физических (близорукости, например) привести по определению не способна. Кстати, криминогенную обстановку она тоже, говорят, обостряет. За преступность в спальных районах больших городов именно их монотонная прямоугольность, как предполагается, несет изрядную часть ответственности. Звереет человек от прямоугольности. Эта самая среда — полная грубых, дисгармоничных зрительных и звуковых раздражителей — воспроизводится с таким упорством, с таким постоянством, что это само по себе наводит и еще на одну мысль: человеку это зачемто надо. И вряд ли только затем, чтобы создатели рекламы зарабатывали таким образом деньги. Самое интересное начинается, если задуматься, почему они зарабатывают эти самые деньги, производя продукт именно с такими характеристиками. Почему именно такой продукт массово и повсеместно — буквально на каждом углу — востребован. Если бы все сводилось только к дискомфорту, если бы воздействие такой какофоничной и — правы видеоэкологи — отчетливо агрессивной среды было исключительно разрушающим и больше ничего — рано или поздно включились бы какие-то достаточно действенные защитные механизмы самой цивилизации, которая ведь все-таки продолжение и проекция нашего собственного тела с его характеристиками, о душе уж и не говорю. Рано или поздно (причем скорее рано) культура с цивилизацией попросту выпихнули бы весь этот видеошум и аудиосумбур на свою далекую периферию. Однако подобного не только не происходит, а даже напротив: все названное помещается как раз в самом ее центре. По крайней мере в географическом. Насколько все это изнашивает и разрушает человека — отдельный вопрос, и ответ на него, в общем-то, очевиден. Конечно, изнашивает, конечно, разрушает. Но, видимо, есть нечто более важное, за что человеку по крайней мере сейчас — не жаль заплатить такую цену. Что оно такое — сразу и не скажешь, но предположить, конечно, можно. Очень похоже на то, что нынешний человек испытывает стойкую потребность в агрессивном воздействии на себя, в том, что буквально на каждом шагу взламывает его пределы и защитные оболочки. Впору даже говорить о своего рода зависимости от такого воздействия. Более того: человек «цивилизации комфорта», скорее всего, не отдавая себе в этом сознательного отчета (да мало ли в чем мы его себе, в конце концов, не отдаем!) нуждается в постоянно воспроизводящемся чувстве незащищенности. Оно, конечно, и без того есть — но одно дело, когда оно есть само по себе и застает нас врасплох, и совсем другое — когда подтверждается добровольно. Мы — цивилизация незащищенных. Мир людей без кожи (отсюда и навязчивое стремление к комфорту, и вызывающая типовые упреки типовая же бесчувственность человека современных обществ: бесчувственность — характерный побочный эффект обостренной чувствительности). Так вот: мы создаем себе такую среду, чтобы учиться защищаться. Человек современных западных обществ формирует среду своего обитания — и визуальную, и звуковую в том числе — как раз под себя. То есть поступает в точности так же, как во всех цивилизациях с начала мира. Только на сей раз это — среда, не гармонизирующая, не успокаивающая, но выводящая из оцепенения, задающая созерцателю жесткую динамику, приучающая к необходимости реагировать — и быстро — на неожиданное, на то, что не укладывается в заготовленную заранее логику. Далекая от всякой гармонии визуальная среда (в этом смысле все равно — скучная или агрессивноизбыточная), какофоничное аудиопространство — постоянный тренинг для современного человека. Выводя, выбивая его из формы — она заставляет его эту форму воспроизводить: держит его в ней. Человек сегодня создает себе такое окружение, чтобы то, в свою очередь, создавало, дрессировало его: делало его таким, каким он должен быть, чтобы соответствовать постиндустриальному обществу с его цивилизацией чтобы он попросту мог здесь выжить. Круг несколько замкнутый, несколько порочный, но, вероятно, ничего не поделаешь. Современный человек испытывает себя дисгармонией на прочность, на цельность, на способность к самостоятельной выработке смысла, наконец, как раз для этого заведена бессмыслица. Вы спросите, выдерживает ли он это испытание? Но этот вопрос так устроен, чтобы постоянно оставаться открытым.

Список литературы

1. Балла, О. Цивилизация незащищенных [Текст] : Знание - сила // О. Балла. – 2008. - №11. – С. 106 -108
2. Васильев, Г.А., Основы рекламы [Текст] : учеб. пособие / Г.А. Васильев. – Москва: ЮНИТИ, 2006. -414 с.
3. Романов, А.А., Разработка рекламного продукта [Текст] : учеб. пособие / А.А. Романов. – Москва : ИНФРА-М, 2010. – 256 с.

ПРОБЛЕМАТИКА СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ В ЯПОНИИ

**Паначёва А.С. к.полит.н., доцент заведующий кафедрой
рекламы и связей с общественностью Школы гуманитарных наук**

ФГАОУ ВПО «Дальневосточный федеральный университет»

Социальная реклама - вид коммуникации, ориентированный на привлечение внимания к самым актуальным проблемам общества и к его нравственным ценностям.

Как отмечают исследователи значения социальной рекламы в обществе - «предназначение социальной рекламы - гуманизация общества, формирование моральных ценностей. Миссия социальной рекламы - изменение поведенческих моделей в обществе».[2. С. 9.]

В большинстве случаев заказчиком социальной рекламы являются органы государственной власти, муниципальные органы и т.д. (правительство, полиция, местные органы самоуправления). Социальные фонды, некоммерческие или общественные организации, созданные для привлечения внимания населения и решения определенной проблемы, также проводят рекламные кампании (Фонды в защиту животных, экологические организации).

Основным распространителем социальной рекламы в Японии является Совет по рекламе Японии (Advertising Council Japan, AC Japan), который занимается размещением социальной рекламы от имени различных спонсоров, включая как некоммерческие организации, так и государственные организации.[1]

AC Japan был учрежден в 1971 году в Осаке главой совета директоров компании Suntory Кейдзо Сади как Кансайский совет по рекламе, затем в 1974 году был преобразован в общенациональный совет Japan Advertising Council, а в 2009 году получил нынешнее название - Advertising Council Japan у которого есть представительства в других префектурах Японии.

Совет по рекламе Японии не производит рекламу общественных услуг сам; скорее, он действует в качестве координатора и распределителя. Он принимает запросы от организаций-спонсоров для японских рекламных кампаний, которые ориентированы на конкретные социальные проблемы.

По состоянию на март 2015 года Совет объединяет 1115 организаций из трех категорий: бизнеса, СМИ и рекламных агентств. [1]

Поразительной особенностью системы AC Японии является предоставление бесплатного рекламного пространства в средствах массовой информации. В дополнение к основным средствам массовой информации, а именно, ТВ, радио, газеты и журналы, он сотрудничает с компаниями-членами, связанными с интернет-рекламой, дорожными объявлениями и цифровыми вывесками.

Проводимые AC Japan рекламные кампании можно разделить на несколько групп:

- Общенациональные кампании

Совет продвигает рекламу об общенациональных социальных вопросах, общих для большей части населения и использует средства массовой информации по всей Японии, чтобы сообщить о значимой проблеме. Темы должны быть не политическими, не религиозными, не отраслевыми и не коммерческими, а первоочередными вопросами для японского общества. За последние несколько лет, он разрабатывает две - три кампании по всей стране ежегодно, и обращает внимание на такие проблемы как, проблемы общения, улучшение общественной морали, экологические проблемы, и др.

Например, цикл рекламных роликов и других видов рекламы 2014 года был посвящен такой общепонской проблеме как сохранение и возвращение доброты друг к другу, так как в повседневной жизни японцы все меньше готовы к реальному общению, заменяя его на виртуальную связь, которая не отражает настоящих эмоций и теплоты сердец. Слоган кампании: «Давайте возрастим доброту друг к другу» (букв. «Вырастим для друг друга добрые сердца») [3]

- Региональные кампании

Каждый из восьми региональных офисов выбирает свою тему и реализует рекламную кампанию. Она представлена общественности через средства массовой информации в регионе. Например, на Окинаве многие фирмы работают до позднего времени и поэтому семьи ходят в гости с детьми поздно вечером, что оказывает негативное влияние на здоровье и развитие ребенка. Кампания «Давайте меняться, взрослые!» напоминает мамам и папам, которые ведут с собой вечером сонного ребенка, что недостаток сна приводит к снижению концентрации и успеваемости, эмоциональной тревожности. [4]

- Кампании поддержки

АС Японии поддерживает некоммерческие организации, участвующие в деятельности общественных благотворительных фондов и движений, таких как: Спасите детей Японии, Японский фонд профилактики СПИДа, Японская ассоциация борьбы с инсультами, Японская ассоциация поддержки собак-поводырей и многие другие.

Поддерживаемые организации не несут расходы по рекламной продукции, которая создается рекламными агентствами через АС Японии.

Японская сеть трансплантологии инициировала рекламную кампанию «Мой герой – здесь» о популяризации посмертного донорства органов. Позволить использовать свои органы для трансплантологии – значит, спасти чьи-то жизни. Для этого нужно только поставить соответствующую отметку на оборотной стороне медицинского полиса или водительского удостоверения. Люди, пережившие пересадку, снова могут радоваться жизни, храня память и благодаря тем, кто спас их. «Мой герой – он здесь, со мной, - говорит девушка в рекламном ролике. [5]

- Специальные кампании (на нерегулярной основе)

Эти кампании запускаются когда происходят стихийные бедствия, катастрофа и необходим сбор средств от населения. После землетрясения 11 марта 2011 года весь цикл социальной рекламы АС Japan 2012 года был посвящен противодействию угрозе землетрясения. Кроме того, когда подавляющее большинство коммерческих рекламодателей воздержались от своей рекламы в марте, теле и радио рекламное время было отдано АС Japan.

- Международные совместные кампании (на нерегулярной основе)

АС Япония проводит совместные кампании с организациями, которые расширяют общественную деятельность за рубежом. Так в период с 1993 по 1997 действовала совместная кампания Японии и США по сохранению качества воды, в 2005 году Япония и Корея провели совместную программу по улучшению связи между родителями и детьми, и для сохранения глобальной окружающей среды в 2008 году.

- Другие кампании

В дополнение к вышеупомянутой деятельности, Совет по рекламе Японии разработал совместно с Японской вещательной корпорацией NHK, а также предоставляет студентам возможность для создания социальной рекламы в рамках программы Student Commercial Award. [1]

Свою работу Совет планирует на основе проведения социологического исследования. Ежегодно АС Japan проводит опрос населения через Интернет-анкетирование. Опрашивается 3000 человек, чтобы оценить кампании за предыдущий год и собрать их мнения, чтобы помочь выбрать темы на предстоящий год. В октябре по результатам опроса, он выбирает тематику кампании на следующий год, а также организации, которым будет оказана рекламная поддержка.

В ноябре Совет объявляет темы общенациональных и региональных кампаний.

После прохождения еще двух ступеней отбора в феврале и марте Токийским национальным комитетом, состоящим из региональных представителей, выбираются общенациональные кампании, региональные кампании и кампании поддержки.

Новые кампании социальной рекламы стартуют в июле.

Проведенный анализ процесса формирования проблематики социальной рекламы в Японии свидетельствует о тщательно планируемом подходе к процессу выбора тем социальной рекламы. Стоит отметить, что проблемы, поднимаемые роликами, наружными и печатными видами социальной рекламы отражают как общемировые проблемы – загрязнение окружающей среды, проблемы сиротства и др., так и специфические проблемы японцев – старение населения; проблема переживших японцев, ночующих на ступеньках метро; проблема сохранения традиционных нравственных ценностей японцев – доброты, вежливости и уважения.

Список литературы

1. Advertising Council Japan: официальный сайт// <https://www.ad-c.or.jp/>
2. Николайшвили Г. Г. Социальная реклама: теория и практика. – М.: Аспект Пресс, 2008. – 191 с.
3. Минна-дэ кангаэмасэ: Advertising Council Japan: официальный сайт// https://www.ad-c.or.jp/campaign/self_all/self_all_01.html

4. Каваро: отона-кара, Окинава: Advertising Council Japan: официальный сайт// https://www.ad-c.or.jp/campaign/self_area/self_area_07.html
5. Ватаси-но хи: ва коко-ни имас: Advertising Council Japan: официальный сайт// https://www.ad-c.or.jp/campaign/support/support_02.html

ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ

Берневга С.И., Ширяева А.В.

Сыктывкарский государственный университет им. Питирима Сорокина, г.Сыктывкар

Тема фирменного стиля сейчас актуальна как никогда, фирмы пытаются расширить свое производство или отстоять позиции в условиях кризиса. Кроме того, несмотря на экономическую ситуацию и связанные с ней последствия, появляются новые конкуренты, и одним из эффективных инструментов выделения из большого количества фирм является разработка своего собственного стиля, идентифицирующего компанию с ее деятельностью и помогающего соответствовать требованиям потребителей и партнеров. Благодаря хорошей узнаваемости, уменьшается количество средств, потраченных на рекламные кампании. Наличие фирменного стиля значительно повышает эффективность рекламы. Именно поэтому вопрос о разработке фирменного стиля организации в настоящее время является одним из актуальных как для науки, так и для практики паблик рилейшенз.

Фирменный стиль (ФС) (англ. corporate identity) является одним из инструментов формирования бренда и одновременно элементом брендинга.

Согласно одному из наиболее удачных определений ФС, данных Н. Добробабенко: «Фирменный стиль — это набор цветовых, графических, словесных, типографских, дизайнерских постоянных элементов (констант), обеспечивающих визуальное и смысловое единство товаров (услуг), всей исходящей от фирмы информации, ее внутреннего и внешнего оформления».[1, с.12].

Существуют два мнения о том, когда же следует разрабатывать собственный фирменный стиль:

* одновременно с выходом на рынок новой фирмы, товара, услуги;

* по мере накопления достаточного количества средств и закрепления устойчивых направлений деятельности.

Анализ существующего рынка кафе Эжвинского района города Сыктывкара позволил нам разработать фирменный стиль кафе «Апельсин», выделяющий его из числа конкурентов, а также подчеркивающий статус кафе. Проведенные конкурентный и SWOT-анализы выявили слабые стороны исследованного предприятия, которые были учтены при разработке методов их устранения.

Кафе «Апельсин» входит в Общество с ограниченной ответственностью с «Гермес» и создано с целью оказания услуг в сфере общественного питания.

Учредительным документом Общества является Устав.

Предприятие создано с целью получения прибыли от хозяйственной деятельности, которая направлена на удовлетворение спроса населения в общественном питании, и реализации на базе получения прибыли социальных и экономических интересов основателей и членов Общества.

Кафе «Апельсин» - небольшое, уютное, с дизайном, выдержанным в ярких и теплых тонах.

В настоящее время кафе «Апельсин» осуществляет свою деятельность в рамках бара, кафе, танцевальной площадки.

Кафе «Апельсин» начинает работу с 11:00 утра - завтраки, с 13:00-17:00 – бизнес ланчи и комплексные обеды. В субботу и воскресенье кафе работает с 11:00 до 24:00.

Зал кафе «Апельсин» рассчитан на 25 посадочных мест, а при банкетном обслуживании на 35 гостей.

Перечень основных услуг, оказываемых предприятием, включает следующие позиции: обслуживание торжественных событий, услуги по комплексному питанию, организация культурного досуга.

Кафе «Апельсин» - предприятие общественного питания с широким ассортиментом блюд сложного приготовления, включая заказные и фирменные; вино-водочные, табачные и кондитерские изделия; выделяется повышенным уровнем обслуживания в сочетании с организацией отдыха.

Принципы, которыми руководствуются сотрудники ресторана - кафе «Апельсин» в обслуживании: мировые стандарты, своевременность подачи блюд, комфортная атмосфера. Все это позволит гостям получить максимальное удовольствие от их мероприятия.

Нами был проведён SWOT-анализ, позволивший выявить, обладает ли компания внутренними ресурсами, чтобы реализовать имеющиеся возможности и противостоять угрозам. Анализ также показал, какие внутренние слабости могут усложнить ситуацию. SWOT-анализ помог всесторонне проанализировать ситуацию, положение компании как в текущий момент времени, так и в будущем, и указал на те внутренние особенности компании, которые нуждаются в изменении или усилении.

Анализ конкурентов позволил дать четкий ответ на следующие вопросы:

- Существует ли множество предприятий, предлагающих аналогичные услуги и аналогичную продукцию, или конкуренция ведется ограниченным числом участников.

- Какая часть рынка контролируется ведущими конкурирующими предприятиями.

Основными конкурентами в данном сегменте, как выяснилось, стали кафе «Черри» и кафе «Неолит», сравнительный анализ с которыми можно представить в виде таблицы

Факторы конкурентоспособности	Кафе «Апельсин»	Конкуренты	
		Кафе «Черри»	Кафе «Неолит»
Местонахождение	Бумажников проспект, 40/1	Бумажников проспект, 36	Космонавтов, 21
Уровень цен	Средний	Средний	Средний
Ассортимент	Достаточно широкий: Европейская кухня, широкая винная карта, кофе, чай.	Достаточно широкий: Европейская кухня, японская кухня, кофе, чай, пиво, десерты	Достаточно широкий: Европейская кухня, Русская кухня, Кавказская кухня, винная карта, кофе, чай.
Репутация фирмы	Фирма известная, имеются постоянные клиенты	Фирма известная, имеются постоянные клиенты	Фирма известная, имеются постоянные клиенты
Качество обслуживания	Высокое	среднее	среднее
Преобладающий контингент	население с уровнем дохода средним и выше среднего;	население с уровнем дохода средним и выше среднего;	население с уровнем дохода средним и выше среднего;
Специфика	полный перечень доп. услуг (санузел); обладает индивидуальным стилем	полный перечень доп. услуг (санузел); обладает индивидуальным стилем	полный перечень доп. услуг (санузел); обладает индивидуальным стилем

Так как внешняя и внутренняя среда изменяются под воздействием как деятельности предприятия, так и других факторов, то нами были выявлены ограничения, сильные и слабые стороны предприятия в изменяющейся

среде. И на основе полученных результатов предприятие внесло изменения в выбранную стратегию. Выявить и соотнести между собой ограничения и возможности, сильные и слабые стороны предприятия помог SWOT-анализ, результаты которого можно представить в виде таблицы.

Таблица 2

SWOT – анализ

	Конкурент 1: Кафе «Черри»	Конкурент 2: Кафе «Неолит»	Кафе «Апельсин»
Сильные стороны	Удобное географическое положение, наличие финансовых ресурсов, центральный район города, достаточно широкий ассортимент блюд, предлагаемых в меню; постоянные клиенты. Бесплатный доступ в интернет	Удобная парковка, нахождение в центральной части города, широкий ассортимент	удобное географическое положение (центральный район Эжвы), широкий ассортимент, высокое качество услуг и продукции, средний уровень цен.
Слабые стороны	Неудобная парковка, нехватка рабочего персонала, медленное обслуживание	Плохая репутация среди жителей Эжвинского района (контингент кафе), ухудшающаяся конкурентная позиция	Недостаточный управленческий опыт, еще не сформировавшийся имидж кафе
Возможности	Расширение ассортимента за счет появления очень выгодных предложений сторонних компаний	Привлечение новых клиентов за счет обширной маркетинговой компании.	Привлечение инвесторов, привлечение новых клиентов за счет обширной маркетинговой компании.
Угрозы	Возможность появления новых конкурентов, снижение общего уровня покупательной способности, неблагоприятная политика государства.	Возможность появления новых конкурентов, снижение общего уровня покупательной способности, неблагоприятная политика государства.	Возможность появления новых конкурентов, снижение общего уровня покупательной способности, неблагоприятная политика государства.

В результате выполнения анализа внутренней среды ресторана обнаружены следующие сильные стороны: географическое положение, широкий ассортимент, высокое качество услуг и продукции, цены на услуги, а также слабые стороны: недостаточный управленческий опыт и еще не сформировавшийся имидж кафе.

В результате выполнения анализа внешней среды ресторана мы выявили следующие возможности: привлечение инвесторов, привлечение новых клиентов за счет обширной маркетинговой компании, выявлены и угрозы: возможность появления новых конкурентов, снижение общего уровня покупательной способности, неблагоприятная политика государства.

Результатом анализа стала разработка следующих маркетинговых стратегий кафе:

* За счет удачного географического положения уменьшить количество новых конкурентов, которые могут выйти на рынок.

* За счет привлекательного имиджа предприятия занять устойчивое положение на рынке.

* За счет приемлемых цен на услуги повысить уровень культуры населения.

* За счет высокой покупательной способности целевых потребителей улучшить эффективность рекламы.

Разработка миссии фирмы является первым этапом планирования деятельности организации, которая существует для того, чтобы добиться чего-то в рамках окружающей ее среды. Конкретная цель, или миссия организации, должна быть ясна с самого начала.

Кафе «Апельсин» было предложено установить следующую миссию: «Наша фирма призвана качественно удовлетворять постоянно растущие потребности в оказании услуг в области общественного питания на рынке»

Эжвинского района города Сыктывкара. В дальнейшем мы планируем расширить свою сферу деятельности на весь город Сыктывкар с целью лучшего удовлетворения потребностей населения, при этом создавая дополнительные рабочие места, достигая тем самым в конечном итоге получения большей прибыли».

Были определены принципы качества, команды, комфорта.

Мы работаем только с качественными продуктами и проверенными поставщиками. Мы используем исключительно сертифицированные продукты, которые соответствуют стандартам. Мы гарантируем здоровую и вкусную пищу.

Качественное питание - это залог нашего успеха в бизнесе, поэтому мы все всегда стараемся соответствовать ожиданиям наших клиентов.

Кафе «Апельсин» - это команда профессионалов, которая имеет многолетний опыт работы, награды и дипломы за оказания услуг в области питания и ресторанного бизнеса.

Кафе «Апельсин» работает для того, чтобы Вы пришли к нам снова. Для этого мы создали атмосферу уюта и комфорта.

Благодаря соблюдению принципов качества, команды и комфорта, мы по праву можем гордиться уровнем предоставляемых услуг.

Была определена структура фирменного стиля, который состоит из трёх блоков: «Основные константы фирменного стиля» (в нем приводятся и описываются элементы фирменного стиля), «Фирменный стиль в документообороте» (в этом блоке приведены базовые макеты фирменной продукции, используемой в документообороте) и «Фирменный стиль в рекламе» (в этом блоке приведены базовые макеты фирменной продукции, используемой в рекламе).

Далее была сделана разработка базовых элементов и логотип компании. Фирменный блок кафе «Апельсин» состоит из двух частей: уникального графического написания и знака, изображающего дольку апельсина. Вместе они образуют отличительную символику компании. Логотип кафе «Апельсин» был разработан именно таким, чтобы обеспечить наибольшую чёткость его изображения при любых размерах.

Был создан фирменный лозунг (слоган). Кафе «Апельсин» - небольшое, уютное, с дизайном, выдержанным в ярких и теплых тонах. Именно на этом делался акцент на первом этапе, этапе информирования целевой аудитории о кафе.

Кафе «Апельсин». Уютное место для душевных встреч!

Цвет является важной составляющей фирменного стиля. Именно от правильного выбора цвета зависит восприятие всего рекламного продукта в целом. И в этом вопросе, безусловно, необходимо придерживаться научного подхода, а не полагаться на собственные предпочтения. Цветовая гамма не только может визуальнo испортить в остальном удачный макет, но и вызвать негативные ассоциации у целевой аудитории.

Исходя из названия кафе, мы основным цветом выбрали оранжевый.

Оранжевый — помогает вызвать прилив жизненных сил, дает оптимистический тонус. Древние считали его цветом здоровья и творчества. Оранжевый цвет прибавляет активности, но при этом дает ощущение внутреннего равновесия и душевной гармонии.[5]. Оранжевый цвет в рекламе призван привлечь к себе внимание. Это цвет выгоды, плодovitости, процветания и урожайности. Также это цвет веселья и радости. Оранжевый часто используется как цвет новинок.

Идеальный вариант для сферы развлечений, для строгого бизнеса и продукта не подходит, ибо при всей своей яркости он не формирует впечатление дороговизны, зрелости и серьезности.[2].

Этот цвет отвечает за удовлетворение различных способностей, постоянно держит в тоне; обладает всеми возможностями красного, но без агрессии. Его сила действует очень мягко. Воздействие, оказываемое им, является теплым, радостным и возбуждающим. Витальная сила красного позволяет оранжевому вытеснить все цвета. Этот цвет связан со стремлением к достижению самоутверждения.

Оранжевый цвет – цвет теплоты, блаженства, накала. Он всегда радует глаз и способствует хорошему настроению. Практически всегда имеет благотворное влияние, так как показывает радостные стороны жизни (в отличие от синего).[4].

Дополнительными цветами стали зелёный и фиолетовый. Зеленый — все смягчает, снимает остроту переживаний. Этот цвет оказывает целительное, расслабляющее действие.[5]. Зеленый цвет вызывает две ассоциации - жизнь и деньги. Сегодня повсеместная любовь к экологии намного усилила значение зеленого цвета в рекламе.[2].

Фиолетовый цвет – цвет внутренней сосредоточенности. Этот цвет способствует внутреннему углублению: он помогает абстрагироваться от всего ненужного в данный момент и сконцентрироваться на главной проблеме. Еще одна интересная деталь: фиолетовый хорошо стимулирует работу мозга и способствует решению творческих задач. Не случайно фиолетовый так любим людьми творческими. Поэтому, если вы рекламируете

товар, с помощью которого хотите подчеркнуть креативность товара или ориентированы на предоставление услуг творческой элите, деталь в фиолетовом будет просто необходима.[5].

Фирменная гамма цветов использовалась нами в интерьере кафе, а также для изготовления деловой, рекламной и сувенирной продукции.

Важен также фирменный комплект шрифтов, из них основным шрифтом стал шрифт Officina Serif, открытый и легкий для чтения, дружелюбный и современный.

OfficinaSerifC

Дополнительным шрифтом - Verdana, четкий современный шрифт, который используется в дополнение к Officina Serif. Он является стандартным и общедоступным для большинства персональных компьютеров.

VerdanaE

Для составления пакета офисной документации нужны реквизиты организации и её подразделений, телефоны, адреса, имена сотрудников.

Разработка офисной документации начинается с визитной карточки. Это наиболее креативный элемент, поскольку зачастую имидж компании формируется при первой встрече, сопровождающийся обменом визитных карточек.

Таким образом, основными документами разработанного нами фирменного стиля кафе «Апельсин» является фирменный блок, цветовая схема, фирменные шрифты и стилеобразующие элементы. Логотип разработан в минималистской манере, стилизующие элементы представлены только начертанием названия, статусной строкой и фоновым блоком. Цветовая схема представлена оранжевым, зеленым и фиолетовыми цветами. Все основные сочетания цветовой палитры настраивают на положительные, яркие эмоции. В качестве фирменных шрифтов были выбраны гарнитуры «OfficinaSerifC» и «Verdana». Шрифты соответствуют настроению кафе и отлично подходят для использования как в деловой документации, так и в рекламной продукции.

Оперируя разработанным фирменным стилем, мы разработали ряд базовых макетов фирменной продукции (визитки, фирменные бланки, календари, бейджи, баннеры и т.д.), использующейся в документообороте и рекламе.

Фирменный стиль помогает достичь определенной гармонии восприятия в рекламе, даже если рекламный продукт изготовлен разными исполнителями по заказу рекламодателя. Практически на все формы рекламы могут быть нанизаны элементы фирменного стиля. Чтобы потребители выделили конкретную компанию среди конкурентов, она должна иметь свое неповторимое и хорошо запоминаемое лицо, создаваемое с помощью элементов фирменного стиля.

У потребителей или партнеров организации, у которой нет собственного профессионально выполненного логотипа, а визитки, бланки и другая документация не выдержаны в едином стиле, вероятнее всего сложится впечатление о неразвитости корпоративной культуры, а еще хуже — о несерьезности ее намерений.

Тренинг (или «Передача знаний о бренде сотрудникам»). [3]. должен быть прост. Рекомендуются выделить на него целый день и, желательно, не выходной, иначе у сотрудников с самого начала будет негативный настрой: бренд «украл» у них законный отдых. В идеале в ходе тренинга сотрудники должны выполнять некоторые практические упражнения, которые помогут им понять, насколько важно и сложно то, что будет рассказано в течение дня. Рекомендуются следующая структура тренинга.

После того как вы познакомили с брендом своих сотрудников, приходит время представить новинку тем людям, для которых она создавалась, — потребителям.

В качестве основных мероприятий по внедрению фирменного стиля можно выделить:

- создание сувенирной продукции с использованием фирменных цветов;
- нанесение фирменных цветов на продукцию фирмы;
- использование фирменного стиля на бейджах сотрудников, на униформе сотрудников;
- использование элементов фирменного стиля при оформлении офиса, вывески, магазинов, служебных автомобилей;
- использование фирменного стиля и логотипа на буклетах, каталогах, листовках;
- использование фирменного стиля при рекламе в СМИ, наружной рекламе, рекламе на телевидении;

- оформление интернет сайта с использованием фирменных цветов и шрифтов;
- использование фирменного стиля при проведении презентаций, выставок.

По окончании разработки перед нами встал вопрос оценки эффективности проделанной работы. Для оценки коммуникативной эффективности разработанного фирменного стиля нам необходимо узнать, выполняет ли он поставленные задачи. Основной задачей фирменного стиля кафе «Апельсин» было создание индивидуального образа компании, выделяющего ее из числа конкурентов и соответствующего основной идее бренда. Чтобы узнать, смог ли фирменный стиль выполнить свои задачи, нам необходимо было получить ответы на следующие вопросы:

- Соответствует ли разработанный логотип специфике деятельности кафе?
- Выделяется ли он из числа логотипов конкурентных организаций?
- Удачно ли выбраны фирменные цвета и шрифты?
- Способствуют ли они повышению индивидуальности фирменного стиля?
- Сочетаются ли разработанные стилеобразующие элементы с концепцией фирменного стиля?
- Обеспечивают ли элементы фирменного стиля его единство и индивидуальность?
- Воспринимает ли целевая аудитория разработанный фирменный стиль?

Получить ответы на эти вопросы нам позволил проведенный социологический опрос, который проводился следующим образом: респонденту демонстрировались элементы разработанного фирменного стиля, примеры его использования, после чего предлагалось ответить на вопросы. Опрос проводился в социальных сетях - «Facebook» и «В Контакте». В общей сложности в социальных сетях было опрошено 54 человека.

Были получены и проанализированы 54 заполненные анкеты. Возраст респондентов колеблется от 16 до 54 лет: 15 человек указали возрастной диапазон «16-21», 34 - «22-35», 5 - «36-50». На вопрос, соответствует ли разработанный логотип специфике деятельности кафе 54 (100%), респондента ответили положительно. Демонстрируемый логотип не вызвал ассоциации с другими кафе ни у кого. Полученные ответы демонстрируют нам положительное восприятие разработанного логотипа большей частью целевой аудитории.

52 (98,9%) респондента посчитали, что цветовая схема для фирменного стиля кафе выбрана успешно, 0 человек посчитали ее неудачной и еще 2(1,1%) затруднились ответить. Также все опрошенные посчитали, что фирменные цвета кафе «Апельсин» не схожи с цветовыми схемами других кафе города. Как видим, значительно больший процент опрошенных считает выбор фирменных цветов успешным.

Фирменными шрифтами кафе остались довольны 41 (75,9%) респондент, 12 (22,2%) затруднились ответить и всего 1 (1,9%) посчитал выбор шрифтов неудачным. О представленных стилеобразующих элементах положительно отозвался 51 (94,4%) опрошенный, 2 (3,7%) человека затруднились ответить, 1 (1,9%) посчитал, что стилеобразующие элементы разработаны неудачно. На вопрос, прослеживается ли единство фирменного стиля на представленных макетах, все респонденты ответили положительно – 54(100%) человека.

Таким образом, процент респондентов, положительно оценивших элементы фирменного стиля, его единство и использование на различных носителях, значительно превышает процент респондентов, оценивших его отрицательно. Результаты социологического опроса доказали, что подавляющее большинство респондентов положительно оценивает разработанные константы фирменного стиля и применение их в разработке макетов различной продукции. Это значит, разработанный нами фирменный стиль эффективно выполняет свои функции.

Список литературы

1. Добробабенко Н.С. Фирменный стиль: принципы разработки. – М.,1989.
2. Шуванов В.И. Психология цвета в рекламе// URL: <http://psyfactor.org/lib/color9.htm> (Дата обращения 22.05.2014).
3. Перция В., Мамлеева Л. Анатомия бренда.- М., СПб.:Вершина,2007.
4. Нелюбова М.В. Психология цвета: Авторский курс лекций. – М.,2009.
5. Каплунов Д. Значение цвета в рекламе// URL: <http://www.kaplunoff.ru/blog/reklamnye-tekhniki/124-color-ad> (Дата обращения 22.05.2014).

СЕКЦИЯ №13. ОПЕРАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

СЕКЦИЯ №14. ПРОБЛЕМЫ МАКРОЭКОНОМИКИ

ВЛИЯНИЕ ТЕНЕВОГО СЕКТОРА НА ФИНАНСОВУЮ БЕЗОПАСНОСТЬ СТРАНЫ В ТЕКУЩЕЙ ГЕОПОЛИТИЧЕСКОЙ СИТУАЦИИ

Ковалева С.А.

ФГБОУ ВПО «Госуниверситет – УНПК»

Теневая экономика в Российской Федерации характеризуется региональными, отраслевыми особенностями, находится под влиянием текущей геополитической ситуации и приобрела черты общественной опасности. В современных условиях экономические отношения деформированы, легальный сектор находится под влиянием теневого сектора экономики, формируется самостоятельный сектор криминальной экономики. Особенность и уникальность российской теневой экономики отличается такими чертами, как уход от налогов, легализация доходов, полученных незаконным путем, несанкционированный вывоз капитала за рубеж, двойная бухгалтерия, скрытая безработица, коррупция.

Теневая экономика неравномерно представлена в различных отраслях и регионах России, тесно связана с состоянием налоговой и финансовой сфер, а также сферы правопорядка. Все это приводит к искажению рыночных отношений, диспропорциям в использовании природного и производственного потенциалов регионов, к разрушению экономического пространства, деструктуризации экономической системы и финансовой безопасности. В сфере теневой экономики не решаются социальные, экологические и другие задачи по развитию Российской Федерации, экономическая деятельность приобретает черты противоправной деятельности и отрицательно влияет на финансовую безопасность. Поэтому возникает необходимость применения правоохранительных механизмов, направленных на противодействие распространению экономически и общественно опасных явлений, а также предупреждение и пресечение общественно опасной активности криминальных структур.

В настоящее время усилилась тенденция проникновения теневой экономической деятельности в легальную сферу экономики, что наиболее явно проявляется на региональном и муниципальном уровнях. Это объясняется тем, что практически завершился процесс структуризации теневой экономики, произошло перераспределение сфер влияния криминальных структур и организованной преступности, которая приобрела черты коррумпированности и четкой координации теневой экономической деятельности. Сформированы механизмы управления источниками сырья, использования природного и производственного потенциалов, трудовых и финансовых ресурсов, специализированная теневая инфраструктура и теневые рынки товаров и услуг.

Теневая экономика представляет собой составную часть общей экономической системы страны. В России теневая экономика по данным правоохранительных органов и аналитиков достигает 45% ВВП, в то время как официальной статистикой учитывается только 22-25% ВВП. В современных условиях в России отмечаются высокие темпы роста теневой экономики, что характеризуется наличием факторов и условий для роста теневой экономики в связи с отсутствием должного влияния контролирующих и противодействующих этому явлению структур в системе управления государством.

Отличительной особенностью теневой экономики современного периода является ее распространение во все сферы экономики, включая налоговую и финансовую сферы, преобладание во внешнеэкономической деятельности, глобальные и региональные масштабы, превалирование криминальных структур на рынках товаров и услуг.

Все это вызывает необходимость поиска новых подходов к решению проблемы теневой экономики правоохранительными и силовыми структурами с учетом реальных условий и факторов ее возникновения и распространения.

При определении направлений и стратегии социально-экономического развития страны по-прежнему, несмотря на кризисное состояние основных сфер жизнеобеспечения, не учитываются факторы обеспечения финансовой безопасности. Неизбежным следствием этого является усиление сложившихся и возникновение новых угроз экономике. По существу происходит разрушение сферы жизнедеятельности и деградация производственного потенциала, рост безработицы, ухудшение социальной сферы городов, поселков и сельских поселений, экологического состояния окружающей природной среды.

Именно на макроэкономическом уровне финансовой безопасности проявляется весь спектр экономических угроз, системный характер влияния теневой экономики, слабость правоохранительных механизмов, недостатки в работе контролирующих институтов. Как показали исследования, некорпорированная занятость, так же как и скрывающаяся экономическая деятельность, являются легкой добычей криминала в поисках средств к существованию и формированию своеобразного «страхового запаса» на случай непредвиденных неблагоприятных событий. Поэтому общее сокращение теневой части экономики, несомненно, будет способствовать и изменению пропорций между ее составляющими, сокращению доли криминальной части.

Исходя из того, что ресурсы многих регионов России ограничены, ослаблены связи федерального центра и органами управления регионами, экономическая деятельность сосредоточена в частном секторе, теневая экономика охватила сферы жизнеобеспечения, такие как налоговая, финансовая, возрастает роль формирования системы обеспечения финансовой безопасности, как на федеральном, так и на региональном уровнях. Концентрация средств и усилий властных и правоохранительных структур, а также субъектов экономической деятельности позволит с меньшими затратами проводить мероприятия по противодействию теневому сектору экономики.

Теневые процессы в современной геополитической ситуации способны не только привести к кризисному состоянию экономики, но и создать условия, при которых трудоспособное, наиболее экономически активное население будет вовлечено, в своем большинстве, в теневую экономическую деятельность. Практика показывает, что таким процессам подвержены как депрессивные, так и развитые в экономическом отношении регионы. При этом теневая экономическая деятельность приводит не только к углублению криминализации экономики, но и к росту преступности, включая и экономическую преступность, что влечет за собой снижение уровня безопасности личности и субъектов хозяйственной деятельности, к нарастанию угроз в социальной сфере.

Такой эффект от теневых процессов возникает в том случае, когда степень вовлеченности в теневую экономику превосходит определенный порог, который определяется через долю трудоспособного населения, занятого в теневой экономике. Так, если этот показатель достигает 40%, то теневые процессы становятся неуправляемыми со стороны криминальных структур, необратимыми по отношению к социально-экономическому развитию страны.

Необходимо отметить, что теневая экономика имеет мобильный характер и легко проникает в наиболее эффективные сферы экономической деятельности. Это, прежде всего, сферы банковской деятельности, кредитные организации, то есть те сферы, которые призваны обеспечить финансовую безопасность страны. Вторым системным фактором безопасности является уход от уплаты налогов, которые составляют основу социального обеспечения населения.

В настоящее время, несмотря на принимаемые меры, административные и экономические барьеры не служат препятствием для распространения теневой экономики. Угрозу финансовой безопасности представляет перемещение теневой деятельности в жилищное строительство, в сферу земельных и имущественных отношений, природопользования, военных технологий, включая ядерные, биологические, химические, а также производства обычных видов вооружений. Все это сдерживает научно-техническое развитие страны и его территориальных образований, создает угрозу национальной безопасности, то есть угрозу государству и развитию экономики.

Основными направлениями противодействия негативному влиянию теневой экономической деятельности на развитие экономики России являются следующие:

1. Либерализация условий экономической деятельности, то есть отмена запрещения тех или иных видов деятельности, сокращение статистической и иных видов отчетности. Несомненно, что излишние барьеры и ограничения должны быть сняты как на пути создания и ликвидации, так и на пути функционирования предприятий. В России необходима основанная на научном подходе рационализация и оптимизация соответствующих процедур, борьба с коррупцией государственных и муниципальных чиновников при их проведении, но не ликвидация самих процедур. Общество заинтересовано в защите от недобросовестного производителя, поставщика, плательщиков налогов, работодателя и т.д.

2. Изменения в налоговом законодательстве и процесс снижения налогового бремени. Необходимо обеспечить перенос тяжести налогообложения с доходов, получаемых от трудовой, инновационной и инвестиционной деятельности, на налогообложение рентных доходов от эксплуатации природных ресурсов, доходов от собственности, а также доходов от деятельности, связанной с негативными экологическими и социальными последствиями. Базой налогообложения должны стать, главным образом, не результаты производства, а ресурсы, находящиеся в пользовании того или иного предприятия, и последствия его деятельности, наносящие вред обществу.

3. Кардинальное повышение ответственности государственных и муниципальных должностных лиц. Для этого следует коренным образом перестроить механизмы формирования кадрового состава исполнительной и

судебной власти на основе таких понятий, как «репутация», «квалификация», «опыт». Это позволит очистить состав государственных чиновников от лиц, связанных с теневой экономикой, укрепить судебную систему.

4. Должны быть изменены подходы к анализу отношений между субъектами экономики, соотношения и сбалансированности прав, обязанностей и ответственности каждого из участников. Рынок как совокупность ответственных, добросовестных и законопослушных товаропроизводителей и товарополучателей должен быть отделен от незаконных форм обменов, осуществляемых недобросовестными или безответственными участниками.

5. Следует пересмотреть основные парадигмы взаимоотношения основных участников деятельности предприятия: собственников (акционеров), руководства, работников - создать механизм взаимной ответственности участников производства. Необходимо повысить прозрачность бизнеса, увеличив глубину и горизонты статистического наблюдения, повысив ответственность руководителей предприятия за качество статистической деятельности.

6. Назрела необходимость усиления и координации мер, направленных на воспитание стойкого органического неприятия теневой экономической деятельности по моральным соображениям каждым гражданином России. Такие меры должны осуществляться на всех этапах жизни человека: в детском саду, в школе, колледже, вузе в армии и т.п. Практику государственных заказов надо распространить на подготовку и публикацию материалов в СМИ, имеющих антикриминальную направленность, создание соответствующих литературно-художественных произведений.

7. В основе финансовой безопасности страны лежит деятельность людей, препятствующих нарастанию и реализации внешних и внутренних угроз.

Таким образом, меры по противодействию росту теневой экономики в текущей геополитической ситуации должны охватывать все уровни управления народным хозяйством, а также взаимоотношения общества, государства и экономики. Решение проблемы теневой экономикой не может быть достигнуто, если оставаться исключительно в рамках собственно экономики. Речь идет об оздоровлении массового, общественного и индивидуального сознания и поведения, улучшении деятельности правоохранительных органов, прежде всего, органов внутренних дел, что позволит повысить финансовую безопасность страны в целом.

Список литературы

1. Барсукова С. Теневая экономика: специфика фаз в условиях раздатка // Вопросы экономики. - 2012. - N 12. - С.133-145.
2. Белов Е.А. Особенности определения теневой занятости населения в рамках различных предметных подходов // Соц.-гуман. знания. - 2012. - N 6. - С.137-149.
3. Глушков В.В. Классификация теневой экономической деятельности // Нац. проекты. - 2010. - N 12. - С.130-135.
4. Головкин М.В. К вопросу о способах оценки детерминантов теневой экономики // Нац. интересы: приоритеты и безопасность. - 2013. - N 33. - С.36-43.
5. К вопросу об основных проблемах преодоления теневой экономики и коррупции в России / М.Е.Тарасов, О.М.Тарасова-Сивцева, В.В.Андреев, А.Н.Бысыгина // Нац. интересы: приоритеты и безопасность. - 2013. - N 47. - С.15-19.
6. Кийко М. Оценка теневой экономики // Пробл. теории и практики управл. - 2014. - N 2. - С.19-24.
7. Костин А.В. Модель генерации теневой экономики в процессе взаимодействия государства и населения // Вестник НГУ. Сер. Соц.-экон. науки. - 2014. - Т.14, вып.1. - С.15-26.
8. Русанов Г.А. Теневая экономика как негативный фактор трансформации экономической модели в России // Рос. юстиция. - 2012. - N 2. - С.58-60.

СЕКЦИЯ №15.

ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ

СЕКЦИЯ №16.

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

СЕКЦИЯ №17. ТЕОРИЯ УПРАВЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИМИ СИСТЕМАМИ

ОСОБЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ЗОНЫ В КОНТЕКСТЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ

¹Растов М.А., ²Суслов Е.Ю.

¹ФГБУН Институт проблем региональной экономики Российской академии наук, г. Санкт-Петербург

²ФГБОУ ВО Санкт-Петербургский государственный экономический университет, г. Санкт-Петербург

Отсутствие солидной теоретической базы остро ощущается в любой предметной области, а сформулированные проблемы, не подкрепленные теоретическими исследованиями, решаются декларативно и даже авторитарно.

Федеральный закон №116-ФЗ «Об особых экономических зонах в Российской Федерации» был принят в 2005 году и предусматривал, согласно статье 3, формирование на части территории страны «особого режима предпринимательской деятельности» для «развития обрабатывающих отраслей экономики, высокотехнологичных отраслей, производства новых видов продукции и развития транспортной инфраструктуры».

С возникновением особых экономических зон (ОЭЗ) и особых организационно-экономических, финансовых, правовых условий, возникают угрозы усиления пространственных диспропорций, оживления теневого сектора, оттока ресурсов из других регионов, иных злоупотреблений таким статусом.

На сегодняшний день существует социальный заказ на разработку теоретических оснований формирования и развития особых экономических зон как в контексте государственной экономической политики, региональной экономики, так и с позиций теории управления и стратегического менеджмента.

Даже в части целеполагания трудно определить, является ли создание особых экономических зон средством повышения уровня занятости населения и квалификации рабочей силы с привлечением передовых, по отношению к национальным, технологий в проблемных регионах страны [2] или это – инструмент использования географических и иных преимуществ определенных территорий, их естественных, исторически обусловленных конкурентных преимуществ [5].

Предметом научной дискуссии остается вопрос о формы создания ОЭЗ: централизованной (по инициативе органов власти в рамках государственных программ) или децентрализованной (в порядке рыночной самоорганизации) [2]. В любом случае должен быть сформирован и реализован на практике комбинаторный подход к обоснованию решений о создании ОЭЗ, использующий экономико-математический, социолого-коммуникативный и сценарный методы. К процессу принятия решений должно быть привлечено максимально большое число заинтересованных лиц: с переходом от видения единиц к проектным командам и далее – к общей консолидации. При этом должна быть реализована концепция модернизации общества, а не создания «сообществ модернизаторов», и созданы условия для нивелирования таких «негативных черт отечественного менталитета как патернализм, сервильность, непрофессионализм, высокая дистанция власти, высокая степень избегания неопределенности, нетранспарентность бизнес-процессов [1].

Полномочия по нормативно-правовому регулированию, созданию и управлению особыми экономическими зонами реализует Министерство экономического развития Российской Федерации, в структуре которого создан Департамент особых экономических зон и проектного финансирования. В пределах своих полномочий в управлении ОЭЗ участвуют субъекты Российской Федерации. Непосредственное управление осуществляет ОАО «Особые экономические зоны», единственным акционером которого является государство.

С момента создания ОАО «ОЭЗ» действовала как заказчик при строительстве инфраструктуры, накопив уникальный для России опыт в этой сфере [3]. В 2010 году прошла сертификация ОАО «ОЭЗ», его филиалов и дочерних обществ на соответствие требованиям ГОСТ Р ИСО 9001-2008, гарантирующая качество выполнения функций, в том числе по управлению землей и имуществом, обеспечению деятельности наблюдательных и экспертных советов.

Однако все это не снимает угрозы превращения организации в сервильную команду, «которая в силу своего построения и принципов функционирования предотвращает быстрое исчерпание ресурсов за счет свободной конкуренции ее участников, а все взаимоотношения внутри организации сводятся к распределению ресурсов» [7]. Чтобы не утратить «организационного иммунитета», ОАО «ОЭЗ» должно располагать системой оценки экономической, социальной и организационной эффективности при принятии и реализации разного рода решений.

Особые экономические зоны должны обеспечивать достижение модернизационных целей, и в систему оценки деятельности ОАО «ОЭЗ» могли бы быть включены, А.Н. Цветкова и А.А. Борейши, такие показатели: количество внедренных изобретений отечественного авторства (для технико-внедренческих зон); объем производства принципиально новой (для России) продукции (для промышленно-производственных зон); число лиц, людей обученных новым технологиям работы; количество производств, внедривших прогрессивный опыт; число лиц, овладевших прогрессивным опытом, трудоустроившихся вне ОЭЗ; количество предприятий-нерезидентов, связанных деловыми отношениями с ОЭЗ [7]. По мнению авторов, управляющая компания могла бы быть некоммерческой организацией, не ориентированной на коммерческий результат. Коммерческие результаты должны обеспечивать резиденты ОЭЗ [7].

Государственное участие в финансировании мероприятий по созданию инфраструктуры ОЭЗ предполагает необходимость определять эффективность управления ими следующими способами:

- по динамике расходования средств федерального бюджета, бюджетов субъектов РФ и внебюджетных источников, сопоставляя фактически произведенные затраты в отчетном году с их плановыми значениями;
- по соответствию фактических сроков реализации мероприятий запланированным;
- по степени достижения результата при фактически достигнутом уровне расходов бюджета, направленных на их достижение за отчетный период (год).

Специалисты указывают на наличие и высокий уровень апробации специальных методов интеграции большого количества характеристик сложного и многоаспектного процесса модернизации отечественной экономики, в том числе в рамках ОЭЗ [4, 5].

Опираясь на гипотезу об опережающем экономическом развитии территории, обозначенной как особая экономическая зона, эффективность ее функционирования предлагается оценивать с использованием данных государственной статистики, сравнивая динамику показателей по ОЭЗ:

- а) с уровнем по региону ее локализации;
- б) со средними темпами отраслевых показателей в целом по России.

В первом случае сравниваются темпы роста объемов работ (услуг) ОЭЗ и регионального валового продукта в целом, физического объема инвестиций в основной капитал, степени износа и коэффициента обновления основных фондов, отношений объемов полученной прибыли к убыткам в расчете на одного занятого, средней выработки на одного работника и других показателей в ОЭЗ и по региону в целом [5].

«Отраслевые» сравнения для портовых особых экономических зон, например, могут осуществляться по динамике числа и протяженности перегрузочных грузовых и пассажирских комплексов, объема перегруженных грузов, в том числе экспортных, импортных и каботажных и т.д.

Наиболее методологически отработанной, как нам представляется, на сегодняшний день является процедура отбора проектов для реализации в ОЭЗ: установлены критерии оценки и формы бизнес-план проекта, заключения экспертного совета, соглашения о ведении деятельности. Однако предусмотренный официальными документами подход не в полной мере оценивает «макроэкономическое влияние» проекта и его общественную эффективность. Достаточно конструктивно эта проблема может быть решена за счет применение метода «дерева функции ценности» при отборе проектов для реализации в рамках особых экономических зон [6].

Таков далеко не полный круг проблем в функционировании особых экономических зон, требующих внимания научной общественности, углубленной теоретической разработки с апробацией результатов в хозяйственной практике.

Список литературы

1. Борейшо, А.А. Роль особых экономических зон в формировании инновационного менталитета населения / А.А. Борейшо, А.Н. Цветков // Социология науки и технологий. – 2011. Т. 2. – № 1. – С. 75-82.
2. Плешакова, Е.Ю. Механизм формирования особых экономических зон: централизованная и децентрализованная формы / Е.Ю. Плешакова, А.А. Борейшо // Вестник ИНЖЭКОНа. Серия: Экономика. – 2012. – № 6. – С. 39-42.
3. Плешакова, Е.Ю. Трансформация управления особыми экономическими зонами / Е.Ю. Плешакова // Вестник ИНЖЭКОНа. Серия: Экономика. – 2012. – № 2. – С. 51-56.
4. Растова, Ю.И. Использование экспертных методов при разработке программ водопользования / Ю.И. Растова, В.И. Заносова // Ползуновский вестник. – 2005. – № 4-2. – С. 47-52.
5. Растова, Ю.И. К оценке эффективности функционирования особых экономических зон в РФ / Ю.И. Растова, А.А. Борейшо // Вестник ИНЖЭКОНа. Серия: Экономика. – 2012. – № 5. – С. 17-22.
6. Растова, Ю.И. Отбор проектов в технико-внедренческих особых экономических зонах / Ю.И. Растова, А.А. Борейшо // Вестник ИНЖЭКОНа. Серия: Экономика. – 2011. – № 2. – С. 41-47.

7. Цветков, А.Н. Организационный иммунитет как фактор принятия управленческих решений при формировании особых экономических зон / А.Н. Цветков, А.А. Борейшо // Вестник ИНЖЭКОНа. Серия: Экономика. – 2013. – № 7 (66). – С. 24-29.

СЕКЦИЯ №18. ТЕОРИЯ СОВРЕМЕННОГО МЕНЕДЖМЕНТА

СЕКЦИЯ №19. УПРАВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ ПЕРСОНАЛА

СЕКЦИЯ №20. ФИНАНСЫ И НАЛОГОВАЯ ПОЛИТИКА

СЕКЦИЯ №21. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛНЕНИЯ КОНСОЛИДИРОВАННОГО РЕГИОНАЛЬНОГО БЮДЖЕТА

Бабичева О.П.

Кубанский Государственный Аграрный Университет, г.Краснодар

Региональный бюджет Краснодарского края — важнейший финансовый документ края, отражающий многие параметры развития, как на будущие периоды, так и на среднесрочную перспективу. При составлении проекта бюджета, конечно, уделяется данному документу большое внимание, так как бюджет определяет план поступлений и расходования денежных средств региона и от него зависит сколько средств получит та или иная сфера деятельности края.

В Бюджетном кодексе РФ бюджет определен как форма образования и расходования денежных средств, предназначенных для финансового обеспечения задач и функций государства и местного самоуправления [1, ст. 6]. Исходя из этого региональный бюджет – это образование и расходование денежных средств на уровне субъекта РФ. Бюджет нашего края является средством аккумулирования финансовых ресурсов, что дает возможность проведения социальных мероприятий и реализации экономических задач. В самом общем виде бюджет можно представить как финансовый счет, в котором представлена сумма доходов и расходов края за определенный период.

Консолидированный бюджет Краснодарского края входит в число четырех крупнейших региональных бюджетов Российской Федерации.

Несмотря на значительную проработанность в научной литературе основных аспектов исполнения регионального бюджета по доходам, актуальными остаются вопросы оценки качества исполнения бюджета, совершенствования, взаимодействия участников бюджетного процесса с целью повышения уровня финансовых ресурсов с учетом действующего законодательства и развития экономики. Бюджеты территориальных формирований играют значительную роль в социально-экономической жизни РФ, которые являются основой местного самоуправления.

Учитывая новые экономические условия, связанные с введением в отношении России международных санкций, будет усилена финансовая поддержка, направленная на прямое и косвенное содействие развитию реального сектора экономики.

В данной статье рассматривается оценка эффективности исполнения бюджета Краснодарского края. К основным показателям регионального бюджета относятся: доходы как поступления в бюджет, налоги и налоговые поступления, официальные трансферты, расходы, чистое кредитование. Основой консолидированного

регионального бюджета является бюджетная классификация, представляющая собой группировку доходов и расходов бюджета. Рассмотрим структуру консолидированного бюджета края за 2010 – 2014 г.

Таблица 1

Структура консолидированного бюджета края (в процентах к итогу)

Наименование	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.
Доходы – всего	100	100	100	100	100
из них:					
налог на прибыль организаций	16	17	18	17	18
налог на доходы физических лиц	27	24	25	31	31
налоги на товары и услуги	6	6	7	9	8
из них акцизы	6	6	7	9	8
налог на имущество	12	10	10	14	15
доходы от использования имущества, находящегося в государственной и муниципальной собственности	4	3	3	4	4
безвозмездные поступления	25	31	29	16	14
Расходы – всего	100	100	100	100	100
из них на:					
общегосударственные вопросы	7	6	6	6	8
национальную безопасность и правоохранительную деятельность	4	4	1	1	1
топливо и энергетику	0,0	0,0	-	-	-
сельское хозяйство и рыболовство	3	3	3	4	3
транспорт	0,7	0,6	0,9	1	1
связь и информатику	0,2	0,3	0,2	0,3	0,5
дорожное хозяйство	6	3	9	8	8
жилищно-коммунальное хозяйство	15	20	11	10	8
образование	21	20	21	24	27
культуру, кинематографию и средства массовой информации	3	3	3	3	4
здравоохранение и физическую культуру	17	18	18	18	19
социальную политику	15	11	16	12	14

Анализируя Табл.1, можно отметить, что НДФЛ составляет наибольшую долю среди всех доходов на протяжении анализируемого периода. В 2014 г. доля налога на имущество увеличилась на 3% по сравнению с 2010 г. Тенденцию к снижению имеют безвозмездные поступления, так за анализируемый период их доля снизилась на 11%.

По некоторым статьям расходов наблюдается сокращение: на ЖКХ - 7%, социальную политику - 1% и на национальную безопасность и правоохранительную деятельность - 3%. Но некоторые расходы увеличиваются, например, на здравоохранение и физическую культуру рост составляет 2% и на образование - 6%.

В 2013 году продолжены мероприятия, направленные на повышение эффективности бюджетного процесса.

В рамках работы по улучшению качества оказания государственных услуг (выполнения работ) утверждены показатели оценки эффективности деятельности государственных учреждений Краснодарского края. Создана правовая основа для финансирования с 1 января 2014 года учреждений по нормативно-душевому методу в рамках стандарта дошкольного образования.

Далее рассмотрим Табл.2, в которой более подробно рассмотрен консолидированный бюджет Краснодарского края, представленный статьями доходов и расходов края за 2012 -2014 гг.

Консолидированный бюджет Краснодарского края

Наименование	2012		2013		2014	
	Всего (млн.руб.)	в % к ВРП	Всего (млн.руб.)	в % к ВРП	Всего (млн.руб.)	в % к ВРП
Доходы – всего	244931	16,8	219373	13,6	232883	13,2
из них:						
налог на прибыль организаций	43160	3,0	36287	2,2	42838	2,4
налог на доходы физических лиц	61181	4,2	68886	4,3	72004	4,1
налоги на товары и услуги	17018	1,2	19129	1,2	17941	1,0
из них акцизы	17018	1,2	19129	1,2	17941	1,0
налог на имущество	25694	1,8	30111	1,9	33860	2,0
доходы от использования имущества, находящегося в государственной и муниципальной собственности	7642	0,5	9536	0,6	9619	0,5
безвозмездные поступления	70921	4,9	34154	2,1	33083	1,9
Расходы – всего	278608	19,1	269987	16,7	259759	14,7
из них на: общегосударственные вопросы	16628	1,1	17112	1,1	19418	1,1
национальную безопасность и правоохранительную деятельность	2853	0,2	3727	0,2	3749	0,2
топливо и энергетику	-	-	-	-	-	-
сельское хозяйство и рыболовство	7593	0,5	9918	0,6	7917	0,5
транспорт	2427	0,2	2945	0,2	3266	0,2
связь и информатику	561	0,0	717	0,0	1361	0,1
дорожное хозяйство	24765	1,7	22538	1,4	19935	1,1
жилищно-коммунальное хозяйство	31963	2,2	28107	1,7	20262	1,2
образование	58435	4,0	65805	4,1	69427	4,0
культуру, кинематографию и средства массовой информации	8381	0,6	9163	0,6	9669	0,6
здравоохранение и физическую культуру	48917	3,4	48955	3,0	48013	2,7
социальную политику	43199	3,0	32212	2,0	36700	2,1
Профицит (+), дефицит (-),	-33677	-	-50613	-	-26876	-

Анализируя Табл.2 можно судить о том, как изменялась динамика бюджета Краснодарского края в период с 2012 по 2014 гг. Общие доходы бюджета по итогам 2013 года составили 219,4 млрд. рублей, или 89,6 % к уровню 2012 года. При этом, снижение обусловлено существенным (в 1,9 раза) сокращением (до 38,6 млрд. рублей) объёма безвозмездных поступлений из федерального бюджета по сравнению с уровнем 2012 года, в котором большой объём межбюджетных трансфертов направлялся на ликвидацию последствий стихийных бедствий, а также на строительство объектов и обеспечение мероприятий по организации и проведению XXII Олимпийских зимних игр и XI Паралимпийских зимних игр, развитие города Сочи как горноклиматического курорта [2, ст. 2].

Доходная часть бюджета в 2014 г. по сравнению с 2012 г. уменьшилась на 5% (доходы бюджета региона в 2012 года составили 244 931 млн. руб., а в 2014 г. 232 883 млн. руб.), но сравнивая 2014 и 2013 гг. можно заметить рост доходной части на 6,2% или на 13 510 млн. руб. В целом среди доходов бюджета проявляется тенденция увеличения за счет налоговых поступлений в региональный бюджет.

Расходная часть в свою очередь уменьшается, если сравнивать 2014 и 2012 гг., то можно заметить снижение расходов на 6,8% за счет уменьшения расходов дорожного и жилищно-коммунального хозяйств. Несмотря на тенденцию снижения расходов и увеличения доходов, наблюдается дефицит бюджета края, который

составил 26 876 млн. руб. в 2014 г. Дефицит бюджета в 2014 г. оказался на 20,2 % или на 6801 млн. руб. меньше чем два года назад (дефицит 2012 г. составил 33 677 млн. руб. в 2014 г. — 26876 млн. руб.). Дефицит бюджета края в рамках анализируемого периода достиг своего максимального значения в 2013 г. и составил 50 613 млн. руб., если сравнить с 2012 г. происходит увеличение на 50,3%, а с 2014 г. – уменьшился почти в два раза, что составило 46,9%.

Подведем итоги исполнения бюджета Краснодарского края и рассмотрим их в Табл.3.

Таблица 3

Определение результата исполнения бюджета на 2013 – 2014 г.

Наименование дохода бюджета	2013 г.	2014 г.	Абсолютное изменение, млн. руб.	Динамика, %
	млн. руб.	млн. руб.		
Доходы бюджета	219 373	232 883	13 510	106,2
Расходы бюджета	269 987	259 759	10 228	96,2
Результат исполнения бюджета (дефицит «-», профицит «+»)	-50 613	-26 876	23 737	-

В Табл.3 рассмотрен результат исполнения бюджета на 2013 -2014 г. Доходы бюджета увеличились на 13 510 млн. руб. или на 6,2%, а расходы уменьшились на 10 228 млн. руб. или на 3,8%. Дефицит сократился на 23 737 млн. руб. Можно заметить, что доходы возрастают, а расходы сокращаются, но дефицит бюджета остается, но все же постепенно снижается. Согласно ст. 92.1 Бюджетного кодекса РФ (в ред. от 13.07.2015 г.), дефицит бюджета субъекта РФ не должен превышать 15% утвержденного общего годового объема доходов бюджета субъекта РФ без учета утвержденного объема безвозмездных поступлений. В нашем крае дефицит не превышает указанного значения и составляет в 2014 г. 13,5%.

Проанализировав структуру и динамику консолидированного бюджета Краснодарского края можно заметить, что по итогам 2014 г. доходы бюджета края с учетом безвозмездных поступлений составили 232 883 млн. рублей, или 95,1% к уровню 2012 г.

Проводимая в Краснодарском крае работа, направленная на повышение качества управления региональными финансами, ежегодно отмечается Министерством финансов Российской Федерации с положительной стороны.

Администрация Краснодарского края предлагает повысить открытость государственных финансов края за счет публичного обсуждения на портале «Открытый бюджет Краснодарского края», который предлагается создать. Это поможет гражданам следить за реализацией государственных программ [2, с. 23].

Подводя итоги работы, при бюджетном дефиците возможными мерами повышения эффективности могут быть:

- осуществление сокращения расходов за счет оптимизации использования денежных средств;
- увеличение продуктивности при управлении государственным имуществом;
- привлечение доходов бюджета за счет улучшения налогового контроля за поступлением налогов и сборов.

Особое внимание нужно уделить мерам, направленным на привлечение в регион дополнительных инвестиций, поддержке малого и среднего бизнеса в регионе, стабилизации финансового состояния убыточных организаций, повышению уровня заработной платы в хозяйствующих субъектах, а также регулярный мониторинг просроченной кредиторской задолженности главных распорядительных средств краевого бюджета.

Список литературы

1. Бюджетный кодекс Российской Федерации (БК РФ) от 31.07.1998 № 145-ФЗ (принят ГД ФС РФ 17.07.1998) (действующая редакция от 13.07.2015);
2. Основные направления налоговой и бюджетной политики Краснодарского края на 2015 и на плановый период 2016 и 2017 годов (дата публикации 20.10.2014 г.);
3. Современный региональный бюджет (методология анализа и налоговая политика): учеб. пособие/В.П. Зайков. – Краснодар: КубГАУ, 2014. – 287 с.

СЕКЦИЯ №22. ЭКОНОМИКА ТРУДА И УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ

СЕКЦИЯ №23. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ НАРОДОНАСЕЛЕНИЯ И ДЕМОГРАФИЯ

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РАЗВИТИЯ ПРОЦЕССА УРБАНИЗАЦИИ НА ТЕРРИТОРИИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Асеева О.Ю.

Юго-Западный государственный университет, г.Курск

В настоящее время развитие различных процессов в экономике зачастую влияют на состав и развитие общественного уклада населения страны. К числу таких процессов, можно отнести изучение урбанизации. В научной литературе нет единого четкого определения данного понятия. Следует отметить, что урбанизация носит междисциплинарный характер, и первоначальное изучение данного процесса проходило в рамках географической науки, т.е. урбанизация рассматривалась как длительный процесс переселения сельского населения в города или поселки городского типа. Урбанизация представляет собой процесс развития городов, изменения в размещении производственных сил и прежде всего переселение людей из деревень в города.

Так одним из примеров определения данного понятия был предложен Э.Б. Алаевым, урбанизация определяется, «как процесс роста численности городских поселений, концентрации в них, и особенно в крупных городах, населения, сопровождающийся распространением городского образа жизни на всю сеть поселений». С точки зрения системного подхода, урбанизация представлялась как целостный процесс, способствующий вложению средств в производство и капитала [1, с.52]. Такой точки зрения поддерживались такие ученые как Долгий В.М., Левада Ю.А., Левинсон А.Г. С социологической точки зрения, данное явление можно рассматривать как процесс, в котором детерминирует развитие городской культуры. Таким образом, в более узком смысле для урбанизации характерно: значительный рост городов, повышение численности городского населения, развитие производственных мощностей. Следовательно, на сегодняшний день одной из главных задач, стоящих перед учеными – это изучение данного процесса, но и его влияние не только экономическое благосостояние страны, и на все сферы жизни.

К основным чертам развития урбанизации как процесса можно отнести следующие:

- рост городов;
- естественный прирост населения в городах;
- миграция сельского населения в города;
- преобразование сельских населенных пунктов в поселки городского типа.

По результатам исследований, проведенных экспертами ООН, 2008 год стал мировым переломным моментом, в котором численность городского населения в разы превысил численности сельского населения. Исходя из результатов данного исследования страны мира были классифицированы по уровню урбанизации:

1. Страны с высоким уровнем урбанизации, где доля городского населения более 50 %;
2. Страны со средним уровнем урбанизации, где доля городского населения составляет 20-50 %;
3. Страны с низким уровнем урбанизации, где доля городского населения менее 20 % (Табл.1).

Таблица 1

Уровень урбанизации в мире [3].

Высокий уровень урбанизации	Средний уровень урбанизации	Низкий уровень урбанизации
Великобритания	Алжир	Чад
Венесуэла	Боливия	Эфиопия
Кувейт	Нигерия	Сомали
Швеция	Индия	Нигерия
Австралия	Заир	Замбия
Япония	Египет	

Из представленной Табл.1 можно сделать вывод, что самый высокий уровень урбанизации отмечен в странах Северной Америки, Европы, целого материка Австралии и Латинской Америки; средний уровень – Южная Азия, Северная Африка и страны аравийского полуострова; низкий уровень урбанизации прослеживается в основном в странах Южной Африке. В целом, следует отметить, что темпы развития урбанизации значительно превышают темпы развитых стран.

В России становление процесса урбанизации еще началось с 1950г, уже 1980г. городское население превысило более чем в 2 раза сельское и данная тенденция сохраняется и на данный момент (Табл.2).

Таблица 2

Численность населения в России

Годы	Все население, млн.человек	в том числе		В общей численности населения, %	
		городское	сельское	городское	сельское
1939	108,4	36,3	72,1	33	67
1959	117,2	61,1	56,1	52	48
1980	138,1	96,1	42,0	70	30
2008	142,8	104,9	37,9	73	27
2009	142,7	104,9	37,8	74	26
2010	142,8	105,0	37,8	74	26
2011	142,9	105,4	37,5	74	26
2012	143,0	105,7	37,3	74	26
2013	143,3	106,1	37,2	74	26
2014	143,7	106,6	37,1	74	26

Таким образом, из представленной Табл.2 можно сделать вывод, что начиная с 1939 г. численность городского населения на территории России постепенно стало расти, так по последним данным Росстата на 2014 год городское население составляло 106,6 млн. человек, это 74% от всей численности населения.

При этом, как и любой длительный процесс, влияющий на особенности формирования экономики страны в целом, так и ее регионов по отдельности, урбанизация влечет за собой как положительный эффект, так и отрицательный. К положительным моментам данного процесса можно отнести следующее:

1. На территории городов происходит большая концентрация рабочей силы, что влечет за собой повышения уровня производительной способности и увеличения числа различных потребительских рынков. Впоследствии чего потребительский рынок оснащен большим количеством ассортимента.

2. Снижение издержек по производству каких-либо товаров или услуг; это связано, прежде всего, с тем, что на территории больших городов зачастую происходит совместное или относительно недалеко размещение фирм-поставщиков и фирм-потребителей ресурсов, что снижает транспортные затраты на перевозку необходимых ресурсов и материалов.

3. Развитие процесса урбанизации дает возможность для плодотворного сотрудничества предприятия, специализированных в одной отрасли, что способствует, во-первых, к созданию единого кластера внутри отрасли, во-вторых, поддержки чистой конкуренции между данными предприятиями.

4. Создание условий для эффективного использования производственной и социальной инфраструктуры [1, с.54], то есть развитие транспортных систем, коммуникационных связей, культурного и духовного образа жизни, использование в полной возможности человеческого капитала и т.д.

5. Развитие инновационных подходов и знаний, что является основными факторами для роста производительности и расширения спектра новых продуктов [1, с.55] и услуг.

6. Крупные города отличаются своими разнообразными и гибкими рынками труда, при этом, чем город больше, тем шире его возможность по удовлетворению спроса в рабочей силе и умственных возможностей. При этом увеличивается производственная мощность, восстанавливаются предприятия, увеличивается потребность в рабочей силе, что ведет к созданию новых рабочих мест и сокращению уровню безработицы.

Большое разнообразие ресурсного запаса в городах, планомерное их использование дает множество возможностей для развития деятельности того или иного предприятия, увеличивая его производственные мощности, однако быстрые темпы развития значимости городов не лишены негативных последствий:

1. Ухудшение экологического состояния территории. Развитие автотранспортной системы городов, постоянные выбросы предприятиями различных ненужных отходов в воздух или в воду и т.д. – все это негативно влияет на окружающую среду (Табл.3).

Таблица 3

Образование отходов производства и потребления по экономической деятельности в Российской Федерации'

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Всего, милл.тонн	3876,9	3505,0	3734,7	4303,3	5007,9	5152,8	5168,3

* до 2009 г. - по данным Ростехнадзора, с 2010 г. - по данным Росприроднадзора.

2. Увеличение числа автотранспорта на дорогах, влечет за собой повышения уровня аварий пробок на дорогах, при этом необходимы меры и затраты на строительство развязок и расширению дорог (Табл.4).

Таблица 4

Наличие транспортных средств, тыс.штук

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
автобусы общего пользования ⁴⁾	64	65	63	72	75	70	75
легковые автомобили - всего	32 021	33 084	34 354	36 415	38 792	41 428	43 384

3. Большое скопление числа людей в городах, ведет к увеличению спроса на жилье, при этом цена на недвижимость постоянно растет, что снижает уровень доступности жилья (Табл.5).

Таблица 5

Основные показатели жилищных условий населения

	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Общая площадь жилых помещений, приходящаяся в среднем на одного жителя (на конец года) - всего, м2	21,8	22,2	22,6	23,0	23,4	23,4
из нее:						
в городской местности	21,4	21,8	22,1	22,5	22,9	22,9
в сельской местности	22,9	23,4	24,0	24,5	24,8	24,7

* по данным Росстата

4. По данным статистики, следует отметить, что с увеличением в больших городах общего благосостояния людей ведет к резкому расслоению населению по величине доходов (Табл.6).

Таблица 6

Распределение населения по величине среднедушевых денежных доходов, в %

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Все население	100	100	100	100	100	100	100
в том числе со среднедушевыми денежными доходами в месяц, руб.:							
до 5 000,0	15,9	12,2	9,4	7,3	5,7	4,2	3,3
от 5 000,1 до 7 000,0	12,6	10,9	9,4	8,1	6,8	5,6	4,8
от 7 000,1 до 9 000,0	11,7	10,8	9,8	8,9	7,9	6,8	6,1
от 9 000,1 до 12 000,0	14,5	14,2	13,6	12,9	12,0	10,8	10,0
от 12 000,1 до 15 000,0	10,9	11,3	11,3	11,3	10,8	10,3	9,9
от 15 000,1 до 20 000,0	12,3	13,4	14,1	14,6	14,6	14,5	14,4
от 20 000,1 до 25 000,0	7,5	8,6	9,5	10,2	10,7	11,2	11,4
от 25 000,1 до 30 000,0	4,7	5,6	6,4	7,1	7,8	8,4	8,8
от 30 000,1 до 35 000,0	3,0	3,7	4,4	5,0	5,7	6,3	6,7
от 35 000,1 до 40 000,0 ²⁾	6,9	2,5	3,1	3,6	4,1	4,7	5,1
от 40 000,1 до 50 000,0 ³⁾	...	6,8	3,8	4,5	5,4	6,3	7,0
от 50 000,1 до 60 000,0 ⁴⁾	5,2	6,5	3,1	3,8	4,2

свыше 60 000,0	5,4	7,1	8,3
----------------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

* по данным Росстата. Источник: оценка на основании данных выборочного обследования бюджетов домашних хозяйств и макроэкономического показателя денежных доходов населения.

Складываемая ситуация ведет к росту социального неравенства, конфликтов между людьми, у бедных людей нет возможности получить образование, а также у них ограниченные возможности для получения кредитов и займов с целью покупки жилья или организации своего малого бизнеса.

3. Миграция населения из деревень и сел в города (Табл.7)

Следовательно, миграционный прирост в 1990г. – 94094 составлял человек, в 2000г. – 10563 человек, в 2011 - -150518, в 2012 - -166631, а в 2013г. - -177151, следовательно, с каждым все больше людей переселяются из деревень и сел в города. Поэтому с каждым днем снижает значимость деревень и сел, сокращаются рабочие места, уровень жизни сельского населения падает, нет возможности и поддержки для развития малого фермерства и сельскохозяйственного предпринимательства. При этом следует отметить, что миграция населения из сел и деревень может привести межрегиональному неравенству, то есть к появлению новых депрессивных территорий.

Таблица 7

Общие итоги миграции сельского населения Российской Федерации

Годы	Прибывшие - всего	из них			
		в пределах России	в том числе		из зарубежных стран
			внутри регионов	из других регионов	
1990	1801941	1457542	891431	566111	344399
2000	856195	732706	464439	268267	123489
2009	631378	546582	353573	193009	84796
2010	609457	557022	360136	196886	52435
2011	1024493	936788	633376	303412	87705
2012	1226588	1133849	749444	384405	92739
2013	1282676	1181653	770958	410695	101023
Годы	Выбывшие - всего	из них			
		в пределах России	в том числе		в зарубежные страны
			внутри регионов	в другие регионы	
1990	1707847	1498052	990158	507894	209795
2000	845632	801410	522775	278635	44222
2009	635221	628186	404885	223301	7035
2010	705468	698352	453215	245137	7116
2011	1175011	1167786	789211	378575	7225
2012	1393219	1369091	908600	460491	24128
2013	1459827	1426685	944861	481824	33142

* по данным Росстата

Таким образом, урбанизация представляет собой сложный и неоднозначный процесс, в котором значимая роль отводится развитию городам и который следует еще более детально изучать, при этом нельзя дать четкий ответ на вопрос «несет ли этот процесс позитивный эффект от своего развития или негативный?».

Список литературы

1. Коломак, Е.А. Оценка влияния урбанизации на экономический рост в России / Е.А. Коломак //Регион: Экономика и Социология, 2011. - № 4. - С. 51-69.
2. Перерва, О.Л. Мировой процесс урбанизации / О.Л. Перерва, Ю.В. Тучина // Экономика и современный менеджмент: теория и практика, 2014. - № 40. - С. 110-114.
3. Пироженко, О.Ю. Понятие процесса урбанизации в теориях пространственного развития / О.Ю. Пироженко // Економічний форум, 2012. - № 4. - С. 22-30.

СЕКЦИЯ №24. ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ

ЦИКЛИЧНОСТЬ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ: СУЩНОСТЬ И ХАРАКТЕРИСТИКА ЭТАПОВ

Прохорова А.В.

Старший инженер органа по сертификации ООО «Корпорация Стандарт», г.Москва

К непрерывному поступательному развитию общества, отдельную особую роль в котором можно отвести управлению качеством, приводит постоянное совершенствование экономической деятельности путем обновления технологий, обогащения знаний, применения различных инноваций, в основе которых лежит научно-технический прогресс. Так, являясь эндогенным фактором описанной Н. Д. Кондратьевым долговременной цикличности мировой экономики [2, с.397-400], НТП одновременно стимулирует и развитие управления качеством, что дает основание рассматривать его в контексте этих циклов. В соответствии с постоянным ростом и изменением потребностей общества с развитием производительных сил и культуры, теорией длинных циклов экономической деятельности Н. Д. Кондратьева представляется важной типологизация и систематизация этапов развития управления качеством с целью формулирования жизненного цикла управления качеством.

Таким образом, в данном исследовании автор высказывает гипотезу о том, что каждый новый этап управления качеством определен требованиями научно-технического прогресса и развивается согласованно с циклами экономической конъюнктуры Н. Д. Кондратьева.

Постепенное и постоянное развитие управления качеством к настоящему времени, по мнению автора, можно представить тремя циклами, в каждом из которых управление качеством достигает своего пикового значения. С каждым последующим циклом обогащение управления качеством новыми подходами приводит к его переходу в качественно новое состояние в результате воздействия комплекса различных факторов.

Период подъема I цикла относится к начальному этапу зарождения управления качеством, чему в первую очередь способствуют развитие технологий, применение ленточного конвейера Г. Форда, внедрение «научных методов управления» Ф. У. Тейлора, разработка организационных принципов повышения производительности труда Г. Эмерсоном, а также формулирование А. Файолем концепции администрирования (определение функций, принципов и элементов управления).

Здесь необходимо отметить, что на I цикле как такового понятия управления качеством еще не существовало, но нельзя говорить, что оно отсутствовало совсем, поскольку на начальном этапе I цикла сводилось к обеспечению качества работы и качества продукции, а именно, к контролю качества. Однако именно с Г. Форда [6], применившего технологические нововведения на своем предприятии, начинается понимание самой сути как управления качеством продукции, так и качества управления.

Революционные для своего времени подходы дали мощный толчок для дальнейшего развития управления качеством в различных компаниях. Так, например, Г. Форд:

- применил на производстве автомобилей «проходной» и «непроходной» калибры или, говоря современным языком, стандарты качества, таким образом, подходу к обеспечению качества с позиции контроля;
- ввел выходной контроль изделий на месте их производства, в результате чего на сборку поступали качественные комплектующие;
- выделил службу технического контроля в отдельную независимую от производства структуру, разделив тем самым функции и ответственность за качество продукции;
- разделил процессы изготовления продукции на отдельные операции, вследствие чего были достигнуты высокая производительность и низкая цена продукции, было обеспечено массовое производство автомобилей с сохранением их доброкачественности.

Применение новых подходов к обеспечению качества продукции с позиции контроля позволили Г. Форду, переходя от достигнутого качества каждой отдельной детали, создать новое качество всего автомобиля с уникальными потребительскими свойствами.

Важными с точки зрения качества управления представляются применяемые Г. Фордом методы взаимодействия со стейкхолдерами, среди которых необходимо отметить следующие:

- особое внимание к потребностям покупателей, выразившееся во введении права на постоянное пользование автомобилем и реализация услуги скорейшего его использования после поломки, позволяет говорить о сохранении потребительских свойств автомобиля и обеспечении качества продукции, требуемого покупателем;

- применение принципа вовлеченности работников, их участия в деятельности компании путем передачи любой идеи и ее дальнейшего воплощения характеризует переход качества управления в новое состояние за счет реализации творческого потенциала сотрудников, включение в разработку нового качества продукта [6].

Таким образом, применение Г. Фордом инновационных идей в управлении своей компанией, стремление к применению лучших методов выполнения различных функций в отделах организации, совершенствование качественных характеристик производства увеличивали долгосрочную эффективность компании, реально изменяя качество ее управления.

Также важно отметить, что период подъема кривой управления качеством на **I цикле** до точки «пик качества» ($T_{п1}$) обусловлен формированием и применением научных подходов к управлению качеством, первым из которых стал статистический метод контроля и регулирования качества продукции, своим внедрением ознаменовав переход от контроля к управлению качеством продукции. Например, к таким разработкам можно отнести контрольные карты В. Шухарта, направленные на обеспечение стабильности процессов, а также таблицы выборочного контроля качества Г. Доджа и Р. Роминга.

Помимо этого изменение управления качеством происходило также и за счет развития школы управления «человеческих отношений», значимый вклад в которое внесли такие ее представители, как: Э. Мэйо, М. П. Фоллет, Д. Мак-Грегор, К. Арджирис, Р. Лайкерт и др. Так, Э. Мэйо и его хоторнский эксперимент [7] впервые на практике показал, что качество присуще не только продуктам или производственным процессам, но и управлению людьми. «Хоторнский эффект» стал началом формирования новых практик трудовой деятельности, таких как мотивация ответственности, взаимодействие, участие работников в управлении, самоконтроль, в то время как жесткий стиль управления, мотивация страха показали ограниченность своего применения в управлении.

Применение Э. Мэйо в ходе своего эксперимента:

- контроля качества на каждом рабочем месте,
- отбраковки деталей,
- обеспечения взаимопонимания и всеобщего контроля, -

расширяли формы оценки контроля и управления качеством продукции, приводя к идее о достижении гармонии капитала и труда за счет мотивации, внимания к нуждам всех взаимодействующих работников, учета их интересов для повышения производительности труда и удовлетворенности.

В то же время такие меры, как:

- разработка стандартов и доведение их до каждого работника,
- применение психологической разгрузки людей на конвейере,
- четко разработанные и доведенные до каждого человека стимулы, - значительно повлияли на развитие

качества управления, обозначив значимость влияния социально-психологических методов на группы людей и отдельных работников в интересах компании.

Кроме того, формулирование М. П. Фоллет [3, с. 270-271] в рамках «школы человеческих отношений» таких идей, как: открытая коммуникация, контроль ситуаций на производстве, взаимные отношения, партнерство между сотрудником и управленцем, - стали еще одним шагом в развитии управления качеством, а также становлении качества управления.

В частности, на развитие научной мысли в области управления качеством продукцией, человеческими ресурсами, а также производственными процессами наибольшее влияние оказали следующие идеи М. П. Фоллет:

- достижение контроля производственных ситуаций невозможно без согласованности всех элементов, например, материальных и человеческих;
- необходимо осуществление менеджерами контроля не самих работников, а событий и ситуаций, сложных взаимодействий внутри них; установление ответственности работников за что-то, а не перед кем-то;
- осознание важности самоуправления работников в группе с установленными общими интересами для контроля выполнения своих задач.

Однако кроме расширения понятия сути контроля производственных процессов М. П. Фоллет уже в рамках качества управления развивала методы управления межличностными отношениями, среди которых:

- согласованность целей фирм с целями ее сотрудниками. Кроме того, цель организации, по мнению М. П. Фоллет, должна быть не личной целью лидера, а общей целью всех работающих в компании.
- участие сотрудников всех уровней в управлении компанией для предоставления им возможности проявления инициативы и творчества, выводя тем самым отношения между руководителями и рабочими на новый уровень с реальными изменениями в качестве труда работников.

Таким образом, введенное М. П. Фоллет понятие «кумулятивной ответственности» всех работников организации, согласованность их целей, интеграция определяют компанию как единое целое, подчеркивая

значимость динамической составляющей социального взаимодействия. Такой подход М. П. Фоллет можно рассматривать предтечей системного подхода как в менеджменте, так и в управлении качеством продукции.

Наглядным примером практического использования инновационных технологий в области управления качеством и менеджмента, а также реализации накопленного опыта, соответствующего восходящему этапу I цикла кривой цикличности управления качеством, явилось возрождение предприятий Японии в 1950 г. - «японское чудо», показавшее реальное улучшение качества продукции и процессов, прежде всего, за счет:

1) осознания высшим менеджментом значения качества продукции, понимания своей ответственности и лидирующей роли в достижении качества;

2) оценки значимости статистических методов В. Шухарта, изучения и применения методов совершенствования качества;

3) обучения менеджеров, инженеров, мастеров статистическим методам.

Более того, изменение качества управления, переход его в новую форму, на предприятиях Японии был обусловлен:

1. объединением менеджмента и рабочих «в борьбе за качество» с установлением согласованных целей и общей ответственности за качество;

2. учетом запросов потребителей, анализом их требований;

3. развитием отношений со стейкхолдерами, в частности, долговременными взаимосвязями с поставщиками на основе доверия.

«Качество, учитывающее настоящие и будущие нужды потребителей, сразу же стало делом в рамках компании и нации в любых видах деятельности. Революция качества началась в 1950 г. по всей Японии»[1, с. 412].

Уже с участка стабилизации (S_1) - периода замедления развития управления качеством - начинается поиск все новых путей совершенствования управления качеством, происходит постепенный переход на II цикл, чему способствует разработка и развитие концепции А. Фейгенбаума TQC (Total Quality Control) [5, с. 33]. В рамках этой концепции произошедший пересмотр контроля качества заключался в его включении во весь жизненный цикл продукции. Обеспечение требуемого уровня качества, поддержание его в течение всего периода изготовления продукции формировали комплексный подход к управлению качеством. Инновационность идеи системного подхода к обеспечению качества значительно ускорило переход на II цикл.

Предложенная Фейгенбаумом система управления качеством внесла значительные изменения и во внутрифирменное управление: повысился статус работ по обеспечению качества, контроль качества и управление качеством начали глубже проникать не только в производственный процесс, но и в само управление компанией.

Период подъема II цикла характеризуется активным развитием и дополнением нового системного подхода в области управления качеством. Значительный вклад в обеспечение качества на этом этапе внесла разработка советскими специалистами систем управления качеством продукции. Подъему уровня качества на предприятиях способствовали применяемые принципы системности, взаимодействия, использование информации и знаний в управлении качеством, комплексного подхода на основных этапах жизненного цикла продукции. Кроме того, на этом этапе II цикла переход от всеобщего контроля качества к всеобщему менеджменту качества (Total Quality Management - TQM) – комплексной системе, основанной на постоянном улучшении качества не только продукции, но и качества работы предприятия в целом, может служить отправной точкой формирования качества управления.

Область стабилизации (S_2) II цикла, включающая точку «пик качества» ($T_{п2}$), характеризуется изменением управления качеством, обусловленным дальнейшим совершенствованием систем менеджмента качества (СМК), применением принципов менеджмента качества предприятиями в своей деятельности, созданием интегрированных СМК на основе концепции TQM с учетом новых требований экологии, промышленной безопасности и охраны труда, безопасности продукции, а также интересов стейкхолдеров компаний.

Важно подчеркнуть, что этап стабилизации характеризуется динамичным развитием внешней среды, ускорением темпов НТП, глобализацией, информатизацией, активным внедрением различного рода инноваций, что необратимо создает предпосылки к формированию новых требований к качеству управлению в компаниях с переходом на III цикл управления качеством с необходимостью глубинных преобразований. О новой, только формирующейся в настоящее время парадигме управления говорят многие специалисты в области качества, в частности, Ю. П. Адлер отмечает: «Существует логическая цепочка: как только меняется поведение покупателя на рынке, обязательно изменяются правила поведения менеджмента, и как раз в этом проявляется новая парадигма, рождается новая эпоха...»[2].

Таким образом, описанное выше постоянное совершенствование управления качеством с течением времени можно представить в виде графика жизненного цикла управления качеством, приведенного на рис. 1, где оси абсцисс соответствует время (t).

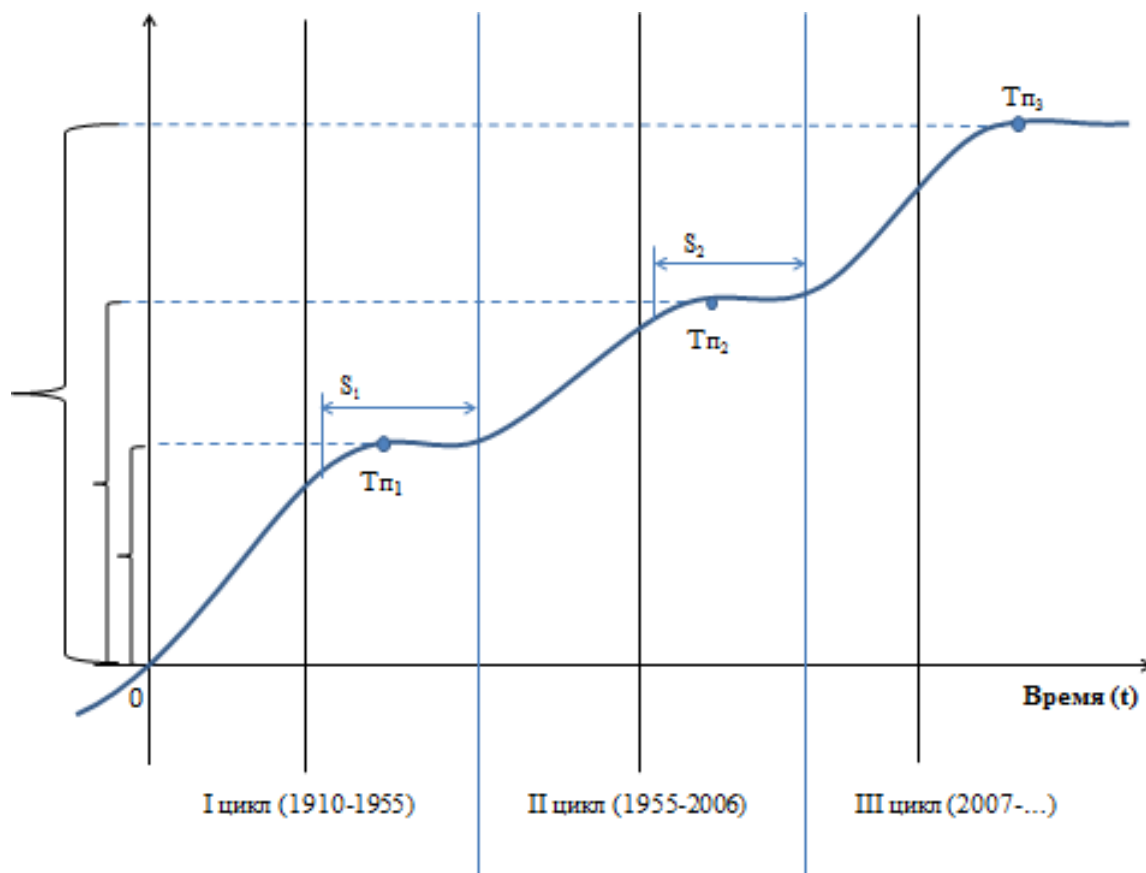


Рис.1. График жизненного цикла управления качеством

В настоящее время на восходящем этапе III цикла только начинает свое формирование современный этап предложенного графика жизненного цикла управления качеством, характеризующийся новыми требованиями к управлению качеством и качеству управления в соответствии с современными условиями глобальной экономики. Причем качество продукции и менеджмент качества уже не занимают центрального места в новой концепции, они становятся логическим следствием нового качества управления в компаниях, которое требует от них оперативности в принятии и выработке решений, опережающего анализа состояния дел с учетом интересов всех стейкхолдеров компании. На данном этапе качество менеджмента становится ключевым элементом успеха бизнеса. Важно отметить, что поддержание и последующее развитие качества управления будет обусловлено широким распространением нанотехнологий в различных сферах и дальнейшим применением инноваций.

Однако необходимо заметить, что зарождение и формирование управления качеством невозможно рассматривать отдельно от развития мировой экономики, характерной чертой которой является цикличность. Поэтому представляется важным сопоставить предложенный автором график цикличности управления качеством с длинными циклами Н. Д. Кондратьева (Рисунок 2) для более полного прослеживания структурных закономерностей и происходящих трансформаций управления качеством в системе экономического развития.

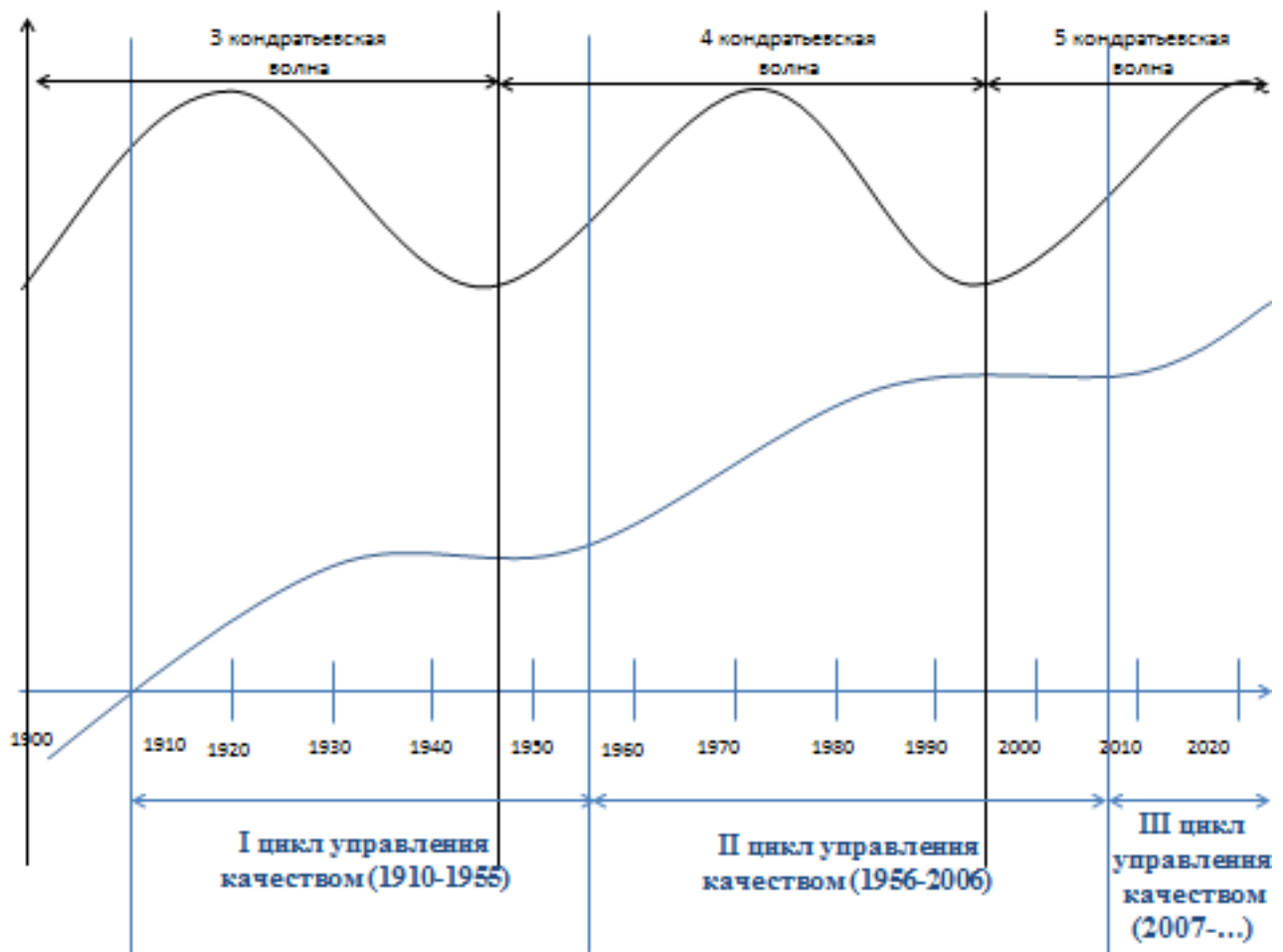


Рис.2. График жизненного цикла управления качеством и длинные циклы Кондратьева

Развитие экономики характеризуется своей цикличностью, которой присущи периоды «повышательных» и «понижательных» волн – периоды спадов и подъемов мирового производства. Рисунок 2 отражает наложение больших циклов конъюнктуры и графика управления качеством во временном отрезке с 1900 г. по 2020 г. Сопоставление длинных циклов Кондратьева и предложенного автором графика управления качеством (рис. 2) выявило определенное совпадение повышательных волн циклов Кондратьева с соответствующими этапами развития управления качеством и понижательных волн Кондратьева с зонами стабилизации на графике управления качеством. Это указывает на то, что управление качеством эволюционно развивалось не только не оторвано и обособленно от мировой экономической конъюнктуры, но и, более того, внимание к управлению качеством организаций стимулировалось развитием экономики, постоянно изменяющимися требованиями потребителей.

Важно отметить, что данное сопоставление выявило принципиальное значение инновационной деятельности, активация которой начинается в конце понижательной волны цикла Кондратьева и в основе которой лежит НТП, также и для изменений в сфере управления качеством. Постоянному наращиванию форм оценки качества продукции с постепенным переходом к оценке управления качеством на каждом цикле предложенного графика способствовали:

- нововведения в области технологий и управления производством (ленточный конвейер Г. Форда, «научные методы управления» Ф. У. Тейлора, принципы повышения производительности труда Г. Эмерсона);
- инновационные технологии и методы в оценке качества продукции (введение выходного контроля изделий, обособление службы технического контроля, статистические методы контроля и регулирования качества продукции);
- совершенствование форм и методов организации и управления (участие работников в управлении компаний, «кумулятивная ответственность», методы социально-психологического влияния на работников, системный подход к обеспечению качества продукции, концепция TQM, системы менеджмента качества).

Кроме того, соответствие циклов Кондратьева широкомасштабным внедрениям новых подходов к управлению качеством и становлению качества управления дает основание рассматривать качество управления

как важную глобализационную характеристику компаний с возможностью сравнения качества их управления на мировом уровне, устойчивости в глобальном экономическом пространстве. Так, переход экономики в новую фазу развития создает новые условия и новые требования для развития качества управления:

- во-первых, быстрый рост объемов создаваемой и потребляемой информации, а также сложность информационных потоков формируют новое качество управления, отражающееся в качестве обработки информации, построении новых организационных структур (например, сетевых, дистанционных, виртуальных, базирующихся на интеграционных процессах в управлении);

- во-вторых, на современном этапе развития экономики основным источником ее роста выступает производство знаний и интеллектуальных ресурсов, что главным образом раскрывается в качестве управления, а именно: в качестве знаний, развитии профессионального потенциала компании, инноваций в технологические и управленческие процессы;

- в-третьих, управление компанией постоянно усложняется в условиях возникновения экономических, социальных, экологических вызовов, и факторы, обеспечивающие качество управления предприятиями, перестают быть связаны только с внутренними процессами их управления, обозначая все большую необходимость укрепления взаимодействий со всеми заинтересованными сторонами (стейкхолдерами) на основе партнерства, баланса интересов для использования специфических рыночных возможностей.

Таким образом, проведенное исследование подтвердило гипотезу о том, что возникновение новых форм управления качеством в исторической ретроспективе весьма близко согласуется с циклами экономической конъюнктуры Н. Д. Кондратьева. Кроме того, исследование показало, что каждый новый этап в управлении качеством во многом детерминируется развитием мирового научно-технического прогресса, что дает возможность прогнозировать возникновение новых форм управления качеством, исходя из современных технологических процессов.

Представленная модель отражает интеграцию качества во все процессы компаний, нацеливая на восприятие качества как непрерывно и инновационно меняющейся категории, обеспечивающей экономической успех функционирования предприятий. Цикличность качества показывает характер изменений управления качеством во времени, заключающийся в постоянном его совершенствовании и повышении значимости, приобретая основное значение в современном ведении бизнеса. Трансформация целей компании со стратегическим взглядом в будущее, гуманизация и интеллектуализация бизнеса, командная работа, осознанная ответственность всех сотрудников, самоконтроль, - все это черты современного, начинающего свое формирование этапа кривой жизненного цикла управления качеством, где теперь уже качество управления начинает выступать движущей силой поиска лучших альтернатив и улучшающих перемен в компаниях.

Список литературы

1. Деминг Э. Выход из кризиса: Новая парадигма управления людьми, системами и процессами / Эдвард Деминг; Пер. с англ. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. - 419 с.
2. Кондратьев, Н. Д. Большие циклы конъюнктуры и теория предвидения. Избранные труды. Н.Д. Кондратьев; Международный фонд Н.Д. Кондратьева и др.; Ред. колл.: Абалкин Л.И. (пред.) и др.; сост. Яковец Ю.В. - М.: ЗАО «Издательство «Экономика». 2002. - 767 с.
3. Костенко, Е. П. Эволюция теории и практики управления персоналом в XX веке / Костенко Е. П. // Terra Economicus. – 2013. - Том 11, № 4, Часть 3. - С. 268-273.
4. Обсуждение второго принципа Деминга // Электронная газета «Quality News» [Электронный ресурс]. – 2014. – Спецвыпуск / РИА «Стандарты и качество». - Режим доступа: <https://pro.subscribe.ru/archive/tiastk/active/201403/04132216.html> (дата обращения 19.03.2015)
5. Фейгенбаум, А. Контроль качества продукции / А. Фейгенбаум ; Сокр. пер. с англ. ; Авт. предисл. и науч. ред. А. В. Гличев. - М.: Экономика, 1986. - 471 с.
6. Форд, Г. Моя жизнь, мои достижения / Генри Форд ; Пер. под ред. инженера-технолога В. А. Зоргенфрея. – Л.: Время, 1924.
7. Чистякова, К. А., Овчинников, С. А. История научного менеджмента в США: Хоторнские эксперименты / Чистякова К. А., Овчинников С. А. // Вестник Российского государственного гуманитарного университета. – 2012. - № 10. – С. 60-75.

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ИНГУШСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ



Булгучев Мурат Хамзатович, д.э.н, профессор, декан факультета

Когда закончатся Мархаш¹⁰
Забудут снова тишь и лень,
Делая к Всевышнему дуаш¹¹ –
Повысились бы фондоотдача,
Качество и ассортимент благ.
Но не радовала и ранее удача,
Хотя чеканили наш левый шаг.
"Виновников" слишком много
Вокруг и далеко в Веселённой.
Почему с экономикой так туго –
Не в силах понять и домовой.

Падают с деревьев яблоки,
Сбиваются с курса самолёты,
В морозец рвёт моторов блоки,
Менеджер останется не задетый.

Менеджеру недостаёт:
Пустоты, он не устаёт.

Доверь дело менеджеру –
Всё будет в срок и меру.

С "экономикой" стареем,
Нужен термин нам иной.
Скажу, – "выгоду" имеем, –
Согласны ли умы со мной?
По-ингушски – это "пайда"
В той науке "экономикс".
Что подумают нана, дада –
Для меня большой вопрос.
Да и поколениям новым,
Должен что-то я оставить?
Надо же мне быть умным,

¹⁰ Мархаш (инг.) – праздник Курбан-байрам по окончании священного месяца поста Рамадан.

¹¹ Дуаш (инг.) – молитвы.

Называясь профессором?
Знаю, наука – то ребёнок,
Малы зубы грызть гранит.
Резвится как жеребёнок,
Доктор спокоен, думает.
Преемственность нужна,
В поколениях её требуют.
Мне суть термина важна,
Забывать слово "голодают".

Приходили с утра мысли, ++
Но я не гласил, – ура!
Теперь они прочь исчезли
И мне на работу пора.
Великолепна природа,
Всё расцветает, как в сон.
Что бы сделать для народа,
Чтобы цвёл с ней в унисон?
Зла на лицах людей много,
Откуда? – адресую каждому.
Подальше от грубого, –
Советую мазаному.
Чтобы скрыть лицо –
Растят бороды, усы.
Мозг с куриное яйцо,
Нося и генерала лампасы.

Напомнить всем сейчас хочу,
Что со всеми дружить умею.
Но одних лишь исключу –
Тугодум не понимаю.

ПЛАН КОНФЕРЕНЦИЙ НА 2015 ГОД

Январь 2015г.

II Международная научно-практическая конференция «**Актуальные вопросы экономики, менеджмента и финансов в современных условиях**», г.Санкт-Петербург

Прием статей для публикации: до 1 января 2015г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 февраля 2015г.

Февраль 2015г.

II Международная научно-практическая конференция «**Актуальные проблемы менеджмента и экономики в России и за рубежом**», г.Новосибирск

Прием статей для публикации: до 1 февраля 2015г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 марта 2015г.

Март 2015г.

II Международная научно-практическая конференция «**Вопросы современной экономики и менеджмента: свежий взгляд и новые решения**», г.Екатеринбург

Прием статей для публикации: до 1 марта 2015г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 апреля 2015г.

Апрель 2015г.

II Международная научно-практическая конференция «**Актуальные вопросы экономики и современного менеджмента**», г.Самара

Прием статей для публикации: до 1 апреля 2015г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 мая 2015г.

Май 2015г.

II Международная научно-практическая конференция «**Вопросы и проблемы экономики и менеджмента в современном мире**», г.Омск

Прием статей для публикации: до 1 мая 2015г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 июня 2015г.

Июнь 2015г.

II Международная научно-практическая конференция «**Тенденции развития экономики и менеджмента**», г.Казань

Прием статей для публикации: до 1 июня 2015г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 июля 2015г.

Июль 2015г.

II Международная научно-практическая конференция «**Перспективы развития экономики и менеджмента**», г.Челябинск

Прием статей для публикации: до 1 июля 2015г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 августа 2015г.

Август 2015г.

II Международная научно-практическая конференция «**Экономика и менеджмент: от теории к практике**», г.Ростов-на-Дону

Прием статей для публикации: до 1 августа 2015г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 сентября 2015г.

Сентябрь 2015г.

II Международная научно-практическая конференция «**Современный взгляд на проблемы экономики и менеджмента**», г.Уфа

Прием статей для публикации: до 1 сентября 2015г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 октября 2015г.

Октябрь 2015г.

II Международная научно-практическая конференция «**Экономика, финансы и менеджмент: тенденции и перспективы развития**», г.Волгоград

Прием статей для публикации: до 1 октября 2015г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 ноября 2015г.

Ноябрь 2015г.

II Международная научно-практическая конференция «**О некоторых вопросах и проблемах экономики и менеджмента**», г.**Красноярск**

Прием статей для публикации: до 1 ноября 2015г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 декабря 2015г.

Декабрь 2015г.

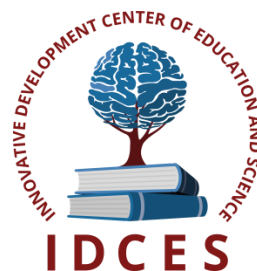
II Международная научно-практическая конференция «**Развитие экономики и менеджмента в современном мире**», г.**Воронеж**

Прием статей для публикации: до 1 декабря 2015г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 января 2016г.

С более подробной информацией о международных научно-практических конференциях можно ознакомиться на официальном сайте Инновационного центра развития образования и науки www.izron.ru (раздел «Экономика и менеджмент»).

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



ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ: ОТ ТЕОРИИ К ПРАКТИКЕ

Выпуск II

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

**г. Ростов-на-Дону
2015 г.**

Печатается в авторской редакции
Компьютерная верстка авторская

Подписано в печать 11.08.2015.
Формат 60×90/16. Бумага офсетная. Усл. печ. л. 13,1.
Тираж 250 экз. Заказ № 279.

Отпечатано по заказу ИЦРОН в ООО «Ареал»
603000, г. Нижний Новгород, ул. Студеная, д. 58