

ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКОЙ

Межрегиональный сборник научных трудов

Выпуск 16

ТОМ 2

Под редакцией

И.Е. Никулиной, Л.Р. Тухватулиной, А.В. Хапёрской

Томск 2015

УДК 338.242
ББК У9(2)212+У011.313
П78

П78 **Проблемы управления рыночной экономикой:** межрегиональный сборник научных трудов / под ред. И.Е. Никулиной, Л.Р. Тухватулиной, А.В. Хапёрской. – Вып. 16, том 2; Томский политехнический университет. – Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2015. – 342 с.

ISBN 978-5-4387-0567-3 (т.2)
ISBN 978-5-4387-0565-9

Данный сборник включает результаты научных исследований, посвященных проблемам управления рыночной экономикой в России. Представленный том объединяет следующие разделы: менеджмент, менеджмент инноваций, маркетинг, управление человеческими ресурсами, финансы, инвестиции, экономика, отраслевая экономика, региональная экономика.

Сборник сформирован на кафедре менеджмента Национального исследовательского Томского политехнического университета и предназначен для студентов, преподавателей, научных работников, работников управленческой сферы занимающихся проблемами управления рыночной экономикой.

Статьи публикуются в авторской редакции.

УДК 338.242
ББК У9(2)212+У011.313

Редакционная коллегия

Г.А. Барышева, доктор экономических наук, профессор, зав.кафедрой экономики ТПУ, член-корреспондент РАЕН;

Н.И. Гвоздев, кандидат технических наук, доцент кафедры менеджмента, заместитель директора по учебной работе ИСГТ ТПУ;

Ю.С. Нехорошев, доктор экономических наук, профессор-консультант кафедры экономики ТПУ, академик Академии гуманитарных наук, заслуженный деятель науки и техники РСФСР;

И.Е. Никулина, доктор экономических наук, профессор, зав. кафедрой менеджмента ТПУ, член-корреспондент РАЕН.

ISBN 978-5-4387-0567-3 (т. 2)
ISBN 978-5-4387-0565-9

© ФГБОУ ВПО НИ ТПУ, 2015
© Оформление. Издательство Томского политехнического университета

СОДЕРЖАНИЕ

МЕНЕДЖМЕНТ	9
ВЫБОР СТРАТЕГИИ ДЛЯ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ПРИМЕРЕ ОАО «КАМАЗ»	
Ю.В. Абушахманова.....	9
ДЕЛОВАЯ ЭТИКА И ЕЁ ВЛИЯНИЕ НА ОРГАНИЗАЦИЮ	
Е.В. Белкина.....	12
ОСОБЕННОСТИ КСО В РОССИИ	
А.В. Ерёмкина.....	15
СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ПО ЦЕЛЯМ ОРГАНИЗАЦИИ	
Е.Ю. Залецкая.....	17
ОСНОВНЫЕ ЗАКОНЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ	
Н.С. Зотова.....	22
ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТАМИ НА ОСНОВЕ СТРУКТУРЫ РМІ	
Н.Ю. Кузьминых.....	27
АНАЛИЗ И СПОСОБЫ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	
Т.В. Малкова.....	29
ИНФОРМАЦИЯ - БАЗОВЫЙ РЕСУРС ДЛЯ ПРИНЯТИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО РЕШЕНИЯ	
К.С. Морев.....	31
ОЦЕНКА РИСКОВ ФИНАНСОВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	
К.С. Морев.....	34
РЕКОНСТРУКЦИЯ ГРАНИЦ РЫНКА ДЛЯ ВЫБОРА НОВОЙ СТРАТЕГИИ ОРГАНИЗАЦИИ	
В.В. Примаков.....	38
ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИОННЫМИ ИЗМЕНЕНИЯМИ	
Д.С. Русакова, А.А. Рукавишникова.....	41
ВОВЛЕЧЕННОСТЬ СОТРУДНИКОВ В ПРОЦЕСС СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ ВСЕОБЩЕГО МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА	
М.А. Самбурская.....	44
ЭВОЛЮЦИЯ ПОНЯТИЯ «ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ КАПИТАЛ»	
М.К. Семенова.....	48
ОСОБЕННОСТИ ВНЕДРЕНИЯ КОНЦЕПЦИИ ТОС	
А.А. Сергина.....	50
АЛГОРИТМ ВНЕДРЕНИЯ БЕРЕЖЛИВОГО ПРОИЗВОДСТВА	

Проблемы управления рыночной экономикой

А.А. Сергина.....	53
КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ	
Д.М. Сухопаров.....	55
УПРАВЛЕНИЕ ИЗМЕНЕНИЯМИ	
О.А. Трубочева.....	58
УПРАВЛЕНИЕ СОПРОТИВЛЕНИЯМИ В ОРГАНИЗАЦИИ	
О. А. Трубочева.....	61
ИННОВАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ.....	64
ИННОВАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА ЗА РУБЕЖОМ И В РОССИИ	
П.К. Базырин.....	64
ИННОВАЦИИ НА ПРЕДПРИЯТИИ КАК КОНКУРЕНТНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО	
Г.А. Безрукова	67
РАЗВИТИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В УПРАВЛЕНИИ	
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ	
Н.Р. Давлетгарев, Т.Б. Давлетгареева, Ю.Ю. Сальков	72
ИННОВАЦИОННО – ИНВЕСТИЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ	
ПРЕДПРИЯТИЙ ОПК С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ПРОЕКТНОГО ПОДХОДА	
И.А. Засорин	77
ИНФОРМАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ РЕГИОНОВ РОССИИ	
И.А. Засорин.....	79
ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ	
П.А. Князев.....	81
ФИНАНСОВЫЕ ИННОВАЦИИ: ПРЕИМУЩЕСТВА, НЕДОСТАТКИ,	
ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ В РОССИИ	
А.В. Коптырева	84
ЭЛЕКТРОНИКА НА ОДИН РАЗ, ИЛИ ПОЧЕМУ ПО ИСТЕЧЕНИИ ГАРАНТИИ ВСЁ	
ЛОМАЕТСЯ? ТАЙНА ЗАПЛАНИРОВАННОГО УСТАРЕВАНИЯ	
М.И. Потапова.....	88
МАРКЕТИНГ.....	91
ПСИХОЛОГИЯ ПРОДАЖ И ПОВЕДЕНИЕ ПРОДАВЦОВ	
Ю.А. Васина.....	91
КАК PR-ОТДЕЛ МОЖЕТ ПОМОЧЬ КОМПАНИИ ИЗНУТРИ	
Ю.Н. Гурова.....	94
МОТИВАЦИЯ В РЕКЛАМЕ	
Т.А. Крымова.....	96
УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ В СБЫТЕ ЭЛЕКТРОЭНЕРГИИ	
К. Г. Ольферт.....	98
КОМПЛЕКСНАЯ РАЗРАБОТКА МАРКЕТИНГОВОЙ	
СТРАТЕГИИ ВУЗА НА ПРИМЕРЕ ТПУ	
К.О. Прудникова	101
УПРАВЛЕНИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ.....	107
ПОНЯТИЕ ФОРМАЛЬНОГО И НЕФОРМАЛЬНОГО ЛИДЕРА	
В ОРГАНИЗАЦИИ	
А.Г. Абеяшева.....	107
ПРИРОДА ЛИДЕРСТВА В ОРГАНИЗАЦИИ	
А.Г. Абеяшева.....	110

Проблемы управления рыночной экономикой

СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ В УПРАВЛЕНИИ ПЕРСОНАЛОМ	
К.С. Величко.....	112
АДАПТАЦИЯ ПЕРСОНАЛА В ОРГАНИЗАЦИИ	
А.Д. Дёрина.....	115
РОЛЬ И МЕТОДЫ МОТИВАЦИИ СОТРУДНИКОВ В УПРАВЛЕНИИ ПЕРСОНАЛОМ ОРГАНИЗАЦИИ	
Ю.В. Друшлякова.....	118
НАВЫКИ ВЛАДЕНИЯ ДЕЛЕГИРОВАНИЕМ ПОЛНОМОЧИЙ ПЕРСОНАЛА	
К.А. Карпова.....	122
ПРАВИЛА ПЕРЕДАЧИ ПОЛНОМОЧИЙ ПОДЧИНЕННЫМ	
К.А. Карпова.....	126
ОСОБЕННОСТИ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА В СОВРЕМЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ	
Т.А. Крымова.....	129
КОМАНДА И ЛИДЕРСТВО В ОРГАНИЗАЦИИ	
А.Ф. Кудрявцева, М.Ю. Юферева.....	131
СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ	
Н.Г. Левдикова, А.С. Матюшина.....	134
ПРОБЛЕМЫ И СПОСОБЫ ОЦЕНКИ ПЕРСПЕКТИВНОСТИ СОТРУДНИКОВ	
Е.И. Майкова.....	138
СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	
Т.В. Малкова.....	142
РОЛЬ И ЗНАЧЕНИЕ НЕМАТЕРИАЛЬНОЙ МОТИВАЦИИ	
Т.Р. Михайлова.....	145
ИНСТРУМЕНТЫ ПОДБОРА КЛЮЧЕВЫХ СОТРУДНИКОВ	
К.И. Нестеренко.....	148
МОТИВАЦИЯ И СТИМУЛИРОВАНИЕ ПЕРСОНАЛА КАК ОДИН ИЗ ЭФФЕКТИВНЫХ МЕТОДОВ УПРАВЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ	
К.О. Прудникова.....	150
СТИМУЛИРОВАНИЕ ПЕРСОНАЛА КАК КЛЮЧЕВОЙ АСПЕКТ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	
М.А. Самбурская.....	154
АНАЛИЗ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА	
Е.А. Сировская, А.Н. Древаль.....	156
КОММУНИКАЦИЯ КАК СПОСОБ ПРИХОДА К ВЛАСТИ	
А.Е. Скиданенко, Е.Е. Черкашина.....	159
ФИНАНСЫ.....	161
ВИДЫ И КЛАССИФИКАЦИЯ КОРПОРАТИВНОГО СТРАХОВАНИЯ	
И.О. Казина.....	161
КОНСОЛИДИРОВАННАЯ ГРУППА НАЛОГОПЛАТЕЛЬЩИКОВ	
А.А. Кропова, К.А. Баннова.....	165
ФИНАНСОВЫЕ РЕСУРСЫ ПРЕДПРИЯТИЯ И ИХ ИСТОЧНИКИ	
К.И. Логутенко.....	169
РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПРИБЫЛИ ПРЕДПРИЯТИЯ	
К.В. Орлова.....	173
УПРАВЛЕНИЕ ПРИБЫЛЬЮ НА ПРЕДПРИЯТИИ	
Н.Е. Соколов.....	175
ПРОБЛЕМЫ, ТОРМОЗЯЩИЕ РАЗВИТИЕ КРЕДИТОВАНИЯ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ	

Проблемы управления рыночной экономикой

Д.Л. Хакимова.....	178
ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ БИРЖЕВОЙ ТОРГОВЛИ	
Е.В. Щербович.....	181
ИНВЕСТИЦИИ.....	185
НЕДВИЖИМОСТЬ КАК ОБЪЕКТ ИНВЕСТИРОВАНИЯ КАПИТАЛА	
Ж.В. Вальгер.....	185
ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ЗПИФОВ НЕДВИЖИМОСТИ КАК ИНСТРУМЕНТА ИНВЕСТИРОВАНИЯ	
Е.С. Коптелова.....	189
БИРЖЕВЫЕ ИНВЕСТИЦИОННЫЕ ФОНДЫ: АКТУАЛЬНОСТЬ, ВОЗМОЖНОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ	
А.В. Коптырева.....	192
УСЛОВИЯ РЕГИСТРАЦИИ И ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА В ОФФШОРНЫХ И СВОБОДНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЗОНАХ	
Е.В. Кугукова.....	195
ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ И ФИНАНСОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ЭФФЕКТИВНОГО ИНВЕСТИРОВАНИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ	
Т.Г. Мурзина.....	198
ПРОБЛЕМЫ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ В ЭКОНОМИКУ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	
Н.А. Нефедова, Е.В. Дьякова.....	203
РЫНОК ЖИЛОЙ НЕДВИЖИМОСТИ ТОМСКА КАК ОБЪЕКТ ИНВЕСТИРОВАНИЯ	
В.П. Шараев.....	208
ЭКОНОМИКА.....	210
ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОЙ ЭНЕРГЕТИЧЕСКОЙ СФЕРЫ	
В.А. Витовцев, О.А. Шек, П.Р. Сакнэ.....	210
ТЕРРИТОРИИ ОПЕРЕЖАЮЩЕГО РАЗВИТИЯ: НОВЫЙ ИНСТРУМЕНТ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНВЕСТИЦИЙ	
А.В. Дирксен.....	215
ВНЕДРЕНИЕ НА ПРЕДПРИЯТИЯ СИСТЕМЫ SAP	
О.А. Еникеева.....	229
АНАЛИЗ ГОСУДАРСТВЕННЫХ РАСХОДОВ	
В.С. Игумнова.....	224
ПРОБЛЕМЫ ИПОТЕЧНОГО КРЕДИТОВАНИЯ В РОССИИ	
З.Е.Кислицын.....	229
ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ АУДИТА В РОССИИ	
З.Е. Кислицын.....	232
ВЫГОДЫ ПРИ ИНВЕСТИРОВАНИИ В ЗОЛОТО	
Д.И. Лавриненко.....	236
ПОКАЗАТЕЛИ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОГО МИРОВОГО ХОЗЯЙСТВА	
В.К. Мининкова.....	238
СПЕЦИАЛЬНЫЕ РЕЖИМЫ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ	
М.С. Мошечкин.....	241
СОВРЕМЕННАЯ РЫНОЧНАЯ ЭКОНОМИКА	

Проблемы управления рыночной экономикой

А.Э. Стародворская, К.Г. Очеретин, Ю.В. Дубинец.....	246
АНАЛИЗ СТРУКТУРЫ ПЛАТЁЖНОГО БАЛАНСА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ 2013-2014 ГГ	
А.А. Позняковская.....	251
ПЕРСПЕКТИВЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РОССИИ	
О.А. Самусева.....	254
РОЛЬ ГОРОДСКОГО КАДАСТРА В ПОВЫШЕНИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЗЕМЛЕПОЛЬЗОВАНИЯ (НА ПРИМЕРЕ КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ)	
А.А. Киселева, В.В. Нарыжная, Е.Ю. Силантьева	257
РАЗВИТИЕ И КРЕДИТОВАНИЕ МАЛОГО БИЗНЕСА В РОССИИ	
Т.О. Фирцович.....	262
ВЗАИМНАЯ ТОРГОВЛЯ РОССИИ И ЕС ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫМИ ТОВАРАМИ	
К.А. Шилова.....	265
ОБОРОТНЫЕ СРЕДСТВА ЭЛЕКТРОЭНЕРГЕТИЧЕСКИХ КОМПАНИЙ	
А.Ю. Щербаков.....	268
ОТРАСЛЕВАЯ ЭКОНОМИКА.....	275
АНАЛИЗ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ ОАО «КЕМЕРОВОСПЕЦСТРОЙ» С БАНКОВСКОЙ СИСТЕМОЙ	
С.А. Аксенова.....	275
СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ХИМИЧЕСКОГО КОМПЛЕКСА РОССИИ	
М.Р. Ахметова	279
ОЦЕНКА ВЕРОЯТНОСТИ БАНКРОТСТВА ООО «ПРО»	
Ю.В. Батушева.....	282
АНАЛИЗ СЕБЕСТОИМОСТИ УСЛУГ ООО «СДС-СТРОЙ» И ПУТИ ЕЕ СНИЖЕНИЯ	
К.А. Герман.....	285
ПРОМЫШЛЕННАЯ ПОЛИТИКА РОССИИ	
Д.В. Диваков, Н.С. Неведров.....	288
СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ХИМИЧЕСКОГО МАШИНОСТРОЕНИЯ В РОССИИ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ	
В.Б. Жукова, А.А. Овчинникова.....	292
ОЦЕНКА ТИПА РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ И ВОЗМОЖНОСТЕЙ ЕГО ИЗМЕНЕНИЯ (НА ПРИМЕРЕ ООО «ТОПКИНСКИЙ ЦЕМЕНТ»)	
В.С. Иванов.....	295
ОЦЕНКА ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ПРИМЕРЕ ООО «СТРОЙДОРЭКСПОРТ»	
В.В. Козлова, М.Б. Кондарасова.....	299
ВОЗМОЖНОСТИ ПРОИЗВОДСТВА И ИСПОЛЬЗОВАНИЯ БИОТОПЛИВА	
Е.В. Корнеева, Д.К. Березовская.....	303
РЕЙТИНГОВАЯ ОЦЕНКА ХИМИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ ПО ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ	
С.В. Красновская, А.С Пьянова.....	306
ОСОБЕННОСТИ СТРУКТУРНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ РЫНКА ЭЛЕКТРОЭНЕРГИИ И МОЩНОСТИ	
Н.А. Пахомова	310
СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПРОБЛЕМЫ ПРОИЗВОДСТВА СИНТЕТИЧЕСКОГО КАУЧУКА	

Проблемы управления рыночной экономикой

А.К. Хохлова, К.В. Васильева.....	314
РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА.....	318
ПРОБЛЕМЫ ПЕРЕХОДА ЭНЕРГЕТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ КУЗБАССА НА ИННОВАЦИОННУЮ МОДЕЛЬ РАЗВИТИЯ	
И.И. Ежов, К.С. Дорофеев, А.С. Каменских.....	318
ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ОРГАНИЗАЦИИ МОНИТОРИНГА ЗЕМЕЛЬ В РЕГИОНАХ РЕСУРСНОЙ СПЕЦИАЛИЗАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ КУЗБАССА)	
Е.А. Казанцева	323
ПОВЫШЕНИЕ РОЛИ МАЛОГО БИЗНЕСА КАК ФАКТОР ПЕРЕХОДА К ИННОВАЦИОННОЙ МОДЕЛИ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ (НА ПРИМЕРЕ КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ)	
Д.Е. Калыбаева, И.С. Килина, М.С. Мелехина	328
ФОРМИРОВАНИЕ ИНДУСТРИАЛЬНОГО ПАРКА КАК ТОЧКИ РОСТА СОВРЕМЕННОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО РЕГИОНА	
Ю.А. Козликина	333
СОТРУДНИЧЕСТВО ПРИГРАНИЧНЫХ РЕГИОНОВ: АЛТАЙСКИЙ КРАЙ И КИТАЙСКАЯ НАРОДНАЯ РЕСПУБЛИКА	
О.А. Шунина, В.Л. Нечаева.....	338

МЕНЕДЖМЕНТ

ВЫБОР СТРАТЕГИИ ДЛЯ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ПРИМЕРЕ ОАО «КАМАЗ»

Ю.В. Абушахманова

Научный руководитель – Н.О. Чистякова

Стратегия компании является одним из ключевых факторов ее развития. Важное условие для успеха и процветания бизнеса в долгосрочной перспективе - четкое представление о целях и задачах организации. Впоследствии это представление отражается в стратегии организации. Среди стратегических направлений, которые компания реализует в процессе своей деятельности, ведущее место отводится эталонным стратегиям развития. Имея широкую практику применения, данные стратегии занимают ведущие позиции в бизнес - среде. Эти стратегии помогают компании оценить свое положение, понять, куда они хотят двигаться и предложить набор действий, которым следует придерживаться той или иной организацией, чтобы осуществить задуманное с максимальным эффектом.

Эталонные стратегии рассматривают в динамике такие экономические категории как специфика отрасли, продукт, особенности рынка, внутриотраслевая конкуренция, развитие технологий, с позиции конкретной компании. Поэтому эталонные стратегии связаны с изменением состояния одной или нескольких перечисленных категорий.

В зависимости от расширения или сокращения деятельности компании

эталонные стратегии подразделяются на 4 группы:

1. стратегии концентрированного роста;
2. стратегии интегрированного роста;
3. стратегии диверсифицированного роста;
4. стратегии сокращения [1].

Прежде чем применять ту или иную стратегию, необходимо выявить преимущества и недостатки системы планирования на предприятии, а также определить, какую из стратегий компания применяет сейчас.

Таблица 1 – Плюсы и минусы системы планирования ОАО «КАМАЗ»

+	-
Наличие сформированной, сильной миссии	Отсутствие финансовой составляющей в целях
Наличие системы целей, которые соответствуют критериям	Нет корпоративной стратегии
Единый комплекс производства - интеграция	Нет формализованной стратегии
Система мероприятий по оценке поставщиков	Неэффективный менеджмент

Работа на достижение плановых показателей	
---	--

По моему мнению, сейчас в ОАО «КАМАЗ» используется стратегия интегрированного роста, а именно стратегия обратной вертикальной интеграции, которая направлена на рост бизнеса путем ужесточения контроля над контрагентами, а также образованием дочерних обществ, которые в будущем станут снабженцами основного предприятия. При таком варианте организация менее подвержена колебанию цен на рынке сырья и материалов, и в то же время становится менее зависима от поставщиков. У КАМАЗ много дочерних предприятий, и множество из них объединены в едином комплексе производства. Качество сырья, материалов, поставок на высшем уровне. Деловые связи на внутреннем рынке налажены. Нужно осваивать новые рынки, причем с имеющимся производственным комплексом и хозяйственным портфелем, так как у ОАО «КАМАЗ» это одна из сильных сторон.

Для реализации этого намерения подходит стратегия концентрированного роста, а именно «стратегия развития рынка». Эта стратегия заключается в поиске новых возможностей сбыта для уже существующего и продающегося продукта. Рынки могут быть новыми географически (открытие филиалов в других городах и странах), или может быть освоена новая отрасль, в которой можно применять тот же продукт, что и в освоенной уже отрасли[1].

Выбирая стратегию развития рынка, организация получает право выбора. Первое - усилить маркетинг и стремиться к высшим позициям на существующем рынке с имеющимся конкурентным продуктом. Амбиции

компании могут дойти до так называемой «горизонтальной интеграции», при которой фирма пытается установить контроль над своими конкурентами. При существующей экономической и политической ситуации, нестабильности международных отношений и санкциях для КАМАЗ это реальная перспектива. Конкуренция на рынке большегрузов и самосвальной техники в основном представлена иностранными марками, которые сейчас ослабили свое влияние в силу разногласий между Россией и мировым сообществом. Из отечественных марок конкурентов КАМАЗУ нет, а государственная поддержка и участие в проектах только поспособствует положительному эффекту реализации данного пути. Второй путь заключается в поиске новых рынков для уже производимого продукта. Однако при этом выборе потребуются значительные расходы, а именно вложения в маркетинг. Ведь совершенно новый рынок может не реагировать на уже проверенные инструменты маркетинга, которые успешно проявили себя на старом рынке.

Преимущества стратегии концентрации:

1. основывается на реальных возможностях фирмы;
2. стратегия способна использовать эти возможности для установления конкурентных преимуществ;
3. растёт чувствительность организации к изменениям на рынке, что способствует моментальной реакции;
4. стратегия относится к низкому уровню риска;
5. топ-менеджмент может наглядно оценить результаты реализации стратегии, путем роста продаж, доли рынка или повышения лояльности к бренду.

Как и у любого явления, у данной стратегии есть свои недостатки:

1. это в большей степени поступательная, чем революционная стратегия;

2. существуют ограничения, в пределах которых на одном рынке может иметь место рост;

3. крайне подвержена изменениям в экономике (в случае ОАО «КАМАЗ» машиностроительная отрасль в России очень подвержена политическому фактору государственные закупки, политика в отрасли и др.)

4. целиком зависит от потребителей;

5. требует особых знаний для действий на иностранных рынках;

6. может поспособствовать нарушению условий совершенной конкуренции;

7. она также накладывает ответственность за удержание уровня нововведений в области собственных продуктов;

8. занимает много финансовых ресурсов, лишая предприятия возможности альтернативных вложений.

Стратегия концентрации подойдет для текущего неустойчивого состояния экономики, чтобы КАМАЗ ощутил свой потенциал и занял устойчивое положение на рынке. Но как только КАМАЗ почувствует свою мощь и силу, он может претендовать на стратегию конгломеративной диверсификации, которая является самой рискованной и революционной, и в то же время ставит организацию на совершенно новый уровень.

Среди существующих стратегических альтернатив роста

предпочтительно выбрать стратегию «ограниченного роста», которая предполагает установку целей от достигнутого уровня. Такая стратегия используется в зрелых отраслях и подходит для машиностроения. Как и подходит для ОАО «КАМАЗ», так как предприятие сильное, зрелое, опытное, имеет стабильные продажи и доход.

По базовым деловым стратегиям Котлера предпочтительной является стратегия «интенсификации коммерческих усилий», речь идет о получении максимальной прибыли за счет усиления продаж. Объектом становится продажа товара, его продвижение, реклама и т.п.

Таким образом, следуя рекомендациям по выбору стратегии, ОАО «КАМАЗ» сможет сконцентрировать внимание и ресурсы на потенциале предприятия; будет быстро реагировать на изменения в экономике; погрузится в международные стандарты торговли и особенности ведения бизнеса за рубежом; сформирует траекторию развития на ближайшее будущее, под которую впоследствии подстроится управляемая и управляющая системы.

Литература и источники:

1. Клуб менеджеров. Информационный портал. [Электронный ресурс] URL: <http://www.e-xecutive.ru/> (дата обращения 23.12.2014).

2. Сайт ОАО «КАМАЗ» [Электронный ресурс] URL: <http://www.kamaz.ru/> (дата обращения 20.12.2014).

3. Серпилин А.Б. Стратегия крупным планом / Энциклопедия менеджера [Электронный ресурс] URL: <http://www.e-xecutive.ru/> (дата обращения 23.12.2014).

ДЕЛОВАЯ ЭТИКА И ЕЁ ВЛИЯНИЕ НА ОРГАНИЗАЦИЮ

Е.В. Белкина

Научный руководитель – А.С. Феденкова

Этика есть философия убеждения

И. Кант

Значимое место в науке занимает этика деловых отношений. Работодатели уделяют больше внимания этики деловых отношений при подборе персонала и его приеме на работу. Следование этическим нормам и отношениям является одним из главных анализов профессионализма, как отдельного сотрудника, так и организации в целом.

Так, например, этические традиции в предпринимательстве России имеют свои особенности.

Когда возникло первое древнерусское государство, в кругах представителей купечества ценилась солидарность и верность купеческому слову. В то время кодексами, уставами деловой этики подвергалась только подделка товаров, а остальные правила делового взаимодействия оставались на совести предпринимателей. К примеру, купцы старались искупить свои грехи перед Богом и людьми искренней и глубокой верой, подачей милостыни и благотворительностью. Российские предприниматели внедряли свои этические нормативы, из которых сложился провозгласивший себя эталон деловой этики.

Российское деловое сообщество в 1912 году утвердило собственный этический кодекс под названием : «Семь принципов ведения дел в России».

1. Уважать власть
2. Быть честным и правдивым
3. Уважать право частной собственности

4. Любить и уважать человека

5. Быть верным своему слову

6. Жить по средствам. Всегда оценивать свои возможности. Действовать сообразно своим средствам. Не зарываться. Выбирать дело по плечу

7. Быть целеустремленным [1, с.154]

В условиях нашей рыночной экономики, требования к профессиональному качеству менеджера становится все выше и стремится к стандартам мирового масштаба. А в западных организациях к деловому качеству менеджера, большое значение придается к этической компетенции и имиджу.

Этика - это совокупность универсальных и особенных нравственных требований и норм поведения, реализуемых в процессе общественной жизни.

Важную роль в отношении коллектива играют этические нормы поведения, которые будут способствовать успешной деятельности организации по достижению целей и задач или будут вести к распаду организации.

Сама система регулирования поведения работников довольно таки сложна. И поэтому, каждый руководитель использует определенные методы, с помощью которых он координирует поведение работников. [2, с.85]

Особенностью этических норм в деятельности организации во многом зависит от руководителя и его авторитета. Авторитет руководителя приобретается своим трудом, организаторскими способностями, профессиональными знаниями, различными нововведениями, умением работать с людьми. Наиболее сильное влияние на авторитет руководителя оказывает уровень культуры общения, который выражается в нормах профессиональной этики.

К профессиональной этики относятся такие нормы, как доступность общения руководителя с подчиненными, внимательность, умение создать товарищескую атмосферу доверия, уважительность в общении, ответственное отношение к данному слову. Не мало важное значение имеют дисциплинированность, аккуратность, четкость в манере поведения [3, с.135].

Среди правил общения с людьми особую роль играет культура речи. Именно культура речи способствует правильному формулированию своих мыслей, развивает оптимальный темп речи, эмоциональную окраску слов, жестов, мимики. Для того чтобы научиться хорошо говорить, необходимо научиться ясно излагать свои мысли, а для этого нужно быть эрудированным человеком, умеющим убеждать, размышлять и анализировать.

Еще одно из важных качеств, которым следует обладать руководителю, это умение разбираться в людях. Руководителю нужно знать все о подчиненных, которыми он управляет. В деятельности любого руководителя заключается в умении убеждать, добиваться желаемых изменений. Эффективность организации работы обеспечивается, только тогда, когда руководитель четко представляет себе, каких результатов он ждет от подчиненных и в каком

формате эти результаты должны быть достигнуты в определенные сроки. Исходя из этого, он должен организовать контроль, потому что он является главной предпосылкой эффективной организации труда.

Деловая этика современной России – это определенные правила игры в бизнесе, без которых он остается проблемным, рискованным и непредсказуемым. Следовательно следует соблюдать принципы деловой этики: порядочность, надежность и честность.

В наши дни деловая этика современного российского предпринимательства находится на стадии становления. Такой особенностью является формирование моральных принципов и этических норм предпринимательства на основе бизнеса, в рамках неофициальных деловых корпораций. В корпоративном управлении, деловая этика складывается из высоких политических и экономических рисков, высокого уровня криминальности и коррупции, противоречивого отношения общества к бизнесу и предпринимателям.

В итоге можно сказать, что такие принципы деловой этики, как честность, порядочность и надежность - наиболее ценные по всему миру и в России, поскольку применение этих принципов создает эффективные взаимное деловое доверие. А взаимное доверие является важнейшим морально-психологическим фактором бизнеса, который гарантирует, уверенность в обязательности делового партнера и стабильности бизнеса. В тоже время этика менеджмента – это та основа, которая предполагает длительное существование организации, а соблюдение менеджером профессиональных этических норм

делает его авторитетным в глазах подчиненных и сотрудников.

Литература и источники:

1. Кибанов А.Я., Захаров Д.К. Этика деловых отношений. - М.: ИНФРА - М, 2009г. - 284с.

2. Браим И.Н. Этика делового общения. - М: Жизнь, 2007г. - 305с.

3. Петрунин Ю.Ю., Борисов В.К. Этика бизнеса. - М.: Дело, 2008г. - 185с.

ОСОБЕННОСТИ КСО В РОССИИ

А.В. Ерёмкина

Научный руководитель – Н.В. Черепанова

По мере развития современного общества появляются новые понятия и правила, которые являются естественными на сегодняшний день. В ходе рассмотрения корпоративной социальной ответственности (КСО), приобретает и закладывается определенный смысл, несущий информацию, которая воспринимается и систематизируется по-разному. Расплывчатость главного смысла является проблемой так как, возникает вопрос, где и как это применяется, нужно ли это организации, что это даст при практическом применении, каков будет результат. Многообразное восприятие КСО существенно отражается на обществе, в различных странах приживается свое осмысление и применение. Из-за не восприятия КСО и его отсутствия в каждой организации возникают определенные проблемы. Большей частью, хотелось бы отметить, что серьезно о политике социальной ответственности задумываются преимущественно крупные компании и подразделения международных компаний. На сегодняшний момент лишь 10% компаний среднего уровня идут в ногу со временем, выстраивая грамотное управление КСО. Остальные 90% компаний работают только для достижения своих целей. Чаще всего встречаются такие цели как «получение максимальной прибыли». По данной цели можно понять, что большинство предприятий, работают по старым принципам, и соответственно это приводит к отставанию в сфере бизнеса [1].

Особенностями реализации КСО в России являются разные формы социальной активности предприятий. В России преобладают такие формы как

благотворительность и филантропия. Основной формой социальной помощи является поддержка детей, молодежи и незащищенных слоев населения, а так же реализация различных программ для работников компаний. Постепенно благотворительность приобрела стратегический характер, так же в российском бизнесе появились новые формы реализации КСО, социальный менеджмент, корпоративные университеты и другие [2].

За рубежом активно продвигаются принципы КСО в России же, существует множество особенностей по развитию и применению КСО. Особенности стоит учитывать при выработке индивидуальных подходов компаний и при разработке единых принципов КСО в России. Особенности делятся на несколько групп: история и география, менталитет населения и заложенные традиции в управлении, политико-правовые и социальные ситуации в стране.

Исторические и географические особенности:

1. Большая территория;
2. Удаленность населенных пунктов друг от друга;
3. Концентрация капитала в неосвоенных и климатически сложных регионах страны (Сибирь и Север);
4. Преобладание моногородов, где вся инфраструктура и население привязаны к одному предприятию;
5. Разваливающаяся социальная инфраструктура.

Особенности, связанные с менталитетом населения и традициями управления:

1. Высокие социальные ожидания при низкой социальной

активности населения: жители регионов ожидают решения всех социальных проблем от компаний, местной и федеральной власти, но сами не готовы прилагать самостоятельные усилия для решения общественных проблем;

2. Традиции трудовых взаимоотношений – привязка работника к предприятию наличием собственных социальных учреждений: детский сад, санаторий, больница, магазин, при низкой оплате труда;

3. Неадекватное отношение прессы к усилиям компаний в поддержке общества: от полного игнорирования до различных подозрений в корысти.

Особенности, связанные с социальной и политической ситуацией в стране:

1. Высокий уровень бедности в регионах;

2. Большое количество социальных проблем на территориях;

3. Отсутствие опыта и государственной инфраструктуры для решения «новых» проблем: наркомании, бездомности, проблемы СПИДа;

4. Низкий уровень финансирования социальной сферы. [3]

Российский бизнес во многом отличается от других, с одной стороны, стремится к выработке индивидуальных и общих подходов к социальной ответственности, внедрить международные принципы прозрачности, экологической

безопасности, трудовых отношений, поддержки общества. С другой стороны, он вынужден содержать разваливающиеся социальные учреждения на территориях, сохранять большое количество «советских» льгот для персонала, оказывать помощь муниципалитетам в бюджетном планировании, отбиваясь при этом от «благотворительного рэкета» местных властей. В данной ситуации решением может являться разработка, подходов к социальной ответственности компаний, которые были бы основаны на общепринятых международных принципах социальной ответственности, и так же, предлагали бы формы осуществления политики социальной ответственности с учетом особенностей России.

Литература и источники:

1. Профессиональный PR-портал [Электронный ресурс]. – URL: http://www.sovetnik.ru/press/2005/12/19/press_22797.html (дата обращения 19.01.2015)

2. Экономико-социологический словарь.: Г.Н. Соколова-Минск.: Беларус.2013.-615с.

3.Корпоративная социальная ответственность .Внешэкономбанк. [Электронный ресурс]. -URL.: <http://www.veb.ru/common/upload/files/veb/kso/ksobook2011.pdf> (дата обращения 19.01.2015)

СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ПО ЦЕЛЯМ ОРГАНИЗАЦИИ

Е.Ю. Залецкая

Научный руководитель – Н.И. Гвоздев

Неотъемлемой частью жизни человека является цель. Она помогает ему идти с высокоподнятой головой, справляясь со всеми сложностями жизни. Для каждого человека цель своя. У кого-то жизненной целью является карьерный рост, у кого-то – семья, дети, а у кого-то найти своё место в этом мире.

Тоже самое происходит и с любой организацией. Она имеет перед собой главную цель. Таким образом способ её достижения – есть стратегия. Существует множество разных стратегий, и у каждой организации она своя, но гарантом её выполнения является управленческий инструмент. В современном мире эти инструменты очень актуальны, они помогают логично выстроить свои краткосрочные и долгосрочные цели, помогают проанализировать свою деятельность, выявить слабые и сильные стороны и скорректировать свою работу в дальнейшем согласно своей главной цели, миссии и стратегии.

Одним из таких инструментов является Management by Objectives (МВО). В переводе на русский язык данный метод звучит так: система управления по целям (СУЦ). Этот инструмент управления был предложен Питером Друкером ещё в 1954 году [2 с.15]. Он сделал огромный вклад в менеджмент, как науку и вывел его на еще более высокий уровень.

Метод СУЦ представляет собой систематический, планомерный и организованный подход к обеспечению выполнения стратегии, позволяющий руководителям сконцентрировать своё внимание на ЦЕЛЯХ и достигать наилучших результатов в бизнесе. Каждая методика

имеет свои правила, на которых и базируется, система управления по целям не является исключением, базу данного метода составляют *пять основных принципов* [5]:

1. Цели разрабатываются не только для организации, но и для каждого ее сотрудника в частности. Причем цели сотрудников должны напрямую вытекать из целей организации.

2. Цели разрабатываются «сверху вниз» для обеспечения связи со стратегией и «снизу вверх» для достижения релевантности к сотруднику.

3. Участие в принятии решений. Процедура разработки целей для сотрудника - это процесс его совместного творчества с непосредственным руководителем. В данной системе цели не просто «спускаются сверху», они действительно разрабатываются начальником и подчиненным совместно. В ходе обсуждений и руководитель, и подчиненный начинают лучше понимать, что именно необходимо делать и каким образом.

4. Оценка проделанной работы и постоянная обратная связь.

5. Все цели должны соответствовать правилу "SMART", тогда их можно использовать для построения эффективной системы мотивации персонала.

Конечно, самое важное в создании стратегии – это постановка промежуточных целей. Грамотно составленная цель помогает организации четко следовать поставленной стратегии и миссии компании. Для генерации целей используется правило SMART. Данное

название происходит от сложения первых букв критериев постановки целей [3]:

- Specific (конкретная);
- Measurable (измеримая);
- Agreed (согласованная);
- Realistic (реальная);
- Timed (обозрима во времени).

Цель должна быть конкретной, то есть должно быть чётко выражено, чего организация хочет достигнуть в определенный срок. Она должна быть сформулирована таким образом, чтобы её можно было измерить, например, в количестве проданной продукции, стоимости или качестве. Также цель нужно согласовать с персональными задачами сотрудника, миссией в целом и потребностями клиента. И для полной картины цели необходимо учитывать ресурсы, которыми организация управляет в текущей ситуации, и следовать им не завышая и не занижая её постановки.

Исходя из выше сказанного, можно привести следующий пример по методу SMART: *Увеличить продажи бренда «X» на территории России к концу года на 25%*. В комментарии к данном примеру хочется добавить, что конкретность цели определяется указанием процентного роста, региона продаж и названия бренда. Цель ограничена по времени годовым периодом, может быть измерена с

помощью статистики продаж компании. Достижимость цели может быть определена только специалистами компании. Но предположим, что бренд получит необходимый уровень инвестиций для роста продаж. Цель значима, так напрямую связана с эффективностью бизнеса [5].

Возвращаясь к самой трактовке инструментария выполнения стратегии, системы управления по целям, рассмотрим его непосредственное применение. Итак, внедрение данного метода осуществляется в *4 этапа* [1]:

1. планирование изменений;
2. начало работ;
3. внедрение изменений;
4. завершение изменений.

Поэтапный подход к внедрению в организациях данного метода управления позволяет добиться эффективности и рационализации расходов на перестройку системы управления, получить практические результаты еще до полного завершения работ по внедрению СУЦ, а также минимизировать финансовые и организационные риски. В российских условиях это особенно ценно, поскольку позволяет организациям постепенно совершенствовать систему управления.

По итогам исследования, проведённого П. Друкером, был предложен Регламент разработки и внедрения СУЦ с детализацией сроков и видов работ, который представлен в табл. 1.

Таблица 1 – Регламент разработки и внедрения СУЦ

Наименование этапа	Работы	Длительность
Этап 1 Планирование изменений	- Диагностика необходимости внедрения СУЦ. - Декомпозиция стратегических целей – дерево целей. - Разработка или корректировка системы мотивации труда.	3-4 недели (точная длительность определяется из размеров организации и объема работ)
Этап 2 Начало работ	- Создание внедренческой команды (выбор агентов изменений). - Разработка календарного плана реализации внедрения.	Ориентировочно неделя * этап может проводиться параллельно с первым
Этап 3 Внедрение	А) Внедрение СУЦ следует разделить на 3 модуля: «Система вертикальной зависимости целей» М1;	3-6 месяцев (точная длительность этапа)

изменений	«Система оценки деятельности персонала» М2; «Система взаимосвязи между целями организации и личными целями персонала» М3 (система мотивации).	определяется исходя из размеров организации и объема работ)
Промежуточный этап	Проанализировать внедрение, внести корректировку. Провести анализ и типологию персонала. В зависимости от полученных результатов укомплектовать штатное расписание.	Ориентировочно 3 недели
Окончательное внедрение изменений	Объединить в единое целое систем М1-М3 и М2-М3	ориентировочно 6-12 месяцев
Этап 4 Завершение изменений	- Внесение необходимых корректировок. - Закрепление результата путём поощрения компаний и сотрудников.	Ориентировочно 3 недели

Таким образом, использование метода системы управления позволяет поставить чёткие стратегические цели, выделить необходимые для их достижения ресурсы, установить очерёдность и приоритеты в операционной деятельности, одновременно работать на стратегию и управляя операционной деятельностью, сглаживая присущие им противоречия. А главным помощником для его осуществления является такое средство, как дерево целей.

Поговорим о данном инструменте. Итак, для того чтобы разработать СУЦ компания должна определиться со стратегическими целями, разбить их на подцели различных уровней. Цели могут быть долгосрочными, среднесрочными и краткосрочными. Сформулированные цели должны быть трансформированы в цели отдельных бизнес-подразделений для эффективной деятельности организации.

Следующим действием необходимо для каждой «ветви» данного дерева выявить ключевые показатели для достижения поставленных целей и подцелей. Другими словами, нужно определить, при невыполнении каких показателей поставленные задачи не могут быть достигнуты.

Далее следует ввести кандидатов в тестовый режим, для выявления

основных, трёх-четырёх целей. Тестовый режим вводится на разный период времени. Каждая компания определяет для себя данные сроки самостоятельно. Пример такого «помощника» представлен на рисунке 1.



Рис. 1. – Дерево целей организации

Как и человек уникальный по своей природе, так и каждая организация имеет свои особенности. Говоря о системе управления по целям, мы говорим о самих целях. Их набор у каждого исключителен. Однако, можно выделить несколько сфер, в которых каждая компания будет иметь большой интерес:

- доходы и финансы;
- политика продаж;
- политика в отношении персонала;
- производство.

Рассмотрим некоторые примеры целей организации в различных сферах ее деятельности. В первую очередь мы поговорим о такой важной сфере, как

маркетинг. Для неё можно выделить следующие цели:

- 1.1. продвижение на рынке;
- 1.2. расширение ассортимента продукции.

Следующая область предприятия, которую мы рассмотрим – *производство.* Для неё можно обозначить цели:

- 2.1. снижение издержек;
- 2.2. улучшение конкурентоспособности продукции;
- 2.3. разработка и внедрение новых технологий.

Персонал. В данной области деятельности организации наиболее значимыми целями можно назвать:

- 2.4. повышение квалификации;
- 2.5. оптимизация кадров предприятия;
- 2.6. система стимулирования;

В приведенном выше примере четко прослеживается иерархия целей (от наиболее значимой к менее значимой цели). Таким образом, первые шаги к формированию инструментария СУЦ – дерево целей, сделаны. Далее вводим их в организацию в, так называемом, тестовом режиме, выделяем среди них самые эффективные, далее уже действуем согласно оставшимся наиболее значимым.

Мы полностью рассмотрели метод организации стратегий систему управления по целям, и чётко видим все преимущества этой системы:

- четкая иерархия целей (от стратегических целей компании в общем до оперативных целей сотрудников в частности);
- согласованность целей на всех уровнях управления;
- объективность критериев оценки труда;
- понятные и принятые сотрудниками критерии оценки их труда;

- постоянная обратная связь и возможность оперативной оценки и корректировки деятельности сотрудников, подразделений, компании.

Однако СУЦ в некоторой степени уступает другим инструментам управления организацией. Её слабыми сторонами являются:

- затраты на его разработку, СУЦ требует времени, усилий и ресурсов;
- этот инструмент предполагает участие многих, время и усилия разделяются;
- разработка, внедрение и налаживание системы требует больше времени, чем поддержание ее работы в дальнейшем.
- поддержание ее работы в дальнейшем.

Итак, можно сказать, что для организации имеет огромное значение грамотная постановка целей. Это исходная точка для планирования всей ее деятельности. Дерево целей лежит в основе построения отношений внутри компании, системы мотивации. Только достигая поставленные задачи, можно контролировать и оценивать результат работы персонала, отдельных подразделений организации и всей ее структуры в целом.

Литература и источники:

1. Данович Н.К. Адаптация системы управления по целям к Российским условиям. Материалы III международной научной студенческой конференции «Научный потенциал студенчества в XXI в. Ставрополь: СевКавГТУ, 2009 г.
2. Райс, Эл. Стратегия фокусирования: Специализация как конкурентное преимущество/ пер. с англ. М.Мацовский. – М.: Манн. Иванов и Фербер. 2014. – 352 с.
3. Компания «POWERBRANDING». Маркетинг. SMART-цели или условия постановки цели. Электронный ресурс: <http://powerbranding.ru/marketing->

[strategy/smart-celi/](#) Дата обращения:
21.12.2014г.

4. Компания «Маркетинговое
проектирование». SMART – условия
постановки цели. Электронный ресурс:
[http://marketproject.ru/articles/5-smart-
celi/](http://marketproject.ru/articles/5-smart-celi/) Дата обращения: 18.12.2014г.

5. Скриптунова Е. Управление по
целям – инструмент нового времени.
Электронный ресурс:

[URL:http://www.officefile.ru/article.php?id=353/](http://www.officefile.ru/article.php?id=353/) Дата обращения: 17.12.2014г.

ОСНОВНЫЕ ЗАКОНЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ

Н.С. Зотова

Научный руководитель – Н.Е. Гегальчий

Каждый человек в жизни связан с организацией. Именно люди на основе знаний, умений и навыков, накопленных со временем и основанных на проведенных исследованиях, обобщение накопленного опыта образуют организацию.

Постоянное развитие, пополнение новыми знаниями о принципах организации, законах и методах повышения эффективности производства оказывают положительное влияние на кругозор руководителей всех уровней управления, а также подготовку квалифицированных специалистов и ценных сотрудников.

Все действующие в организации принципы и законы называются организационными. Каждая организация ведет свою деятельность в соответствии с законодательными и правовыми нормативными актами, но также в каждой организации действуют законы природы и общества, которые могут быть даже не оформлены в официальных документах.

К основным законам организации относятся такие как закон синергии, самосохранения и развития.

В некоторых источниках [1] закон синергии назван главным законом организации.

Организация характеризуется наличием нескольких элементов: производительность, отношение к внешней среде, заинтересованность, кадровый потенциал, научный потенциал, технический потенциал, микроклимат в коллективе. Они определяют ее возможности, способность к самостоятельной и успешной деятельности.

Синергия – это существенное повышение или понижение потенциала какой-либо системы [2].

Суть закона состоит в таком наборе ресурсов, при котором потенциал организации всегда будет или значительно больше простой суммы потенциалов, входящих в нее элементов (технологий, людей, компьютеров и т.д.), либо меньше ее [1].

Наличие синергии в организации характеризуют ряд признаков [3]:

- формирование и поддержание «добросердечных» отношений в коллективе;
- поддержание коллективной, а не сдельной оплаты труда;
- сокращение производственного цикла продукции;
- рост числа предложений по усовершенствованию организации производства и управления;
- повышение квалификации работников;
- активное приобретение акций своей компании;
- поддержание традиций организации;
- снижение усталости работников;
- выполнение бизнес-плана.

Синергический эффект представляет увеличение эффективности деятельности в результате объединения отдельных частей в единую систему за счет системного эффекта [2]. Он возникает при психологической совместимости работников одного отдела, наличии общей цели и согласованности. В задачи менеджера входит собрать такой набор элементов, который обеспечит максимальный эффект положительной энергии, для этого необходим

практический опыт, большой объем знаний, умений и навыков.

Проявление закона синергии в организации может быть трояким:

- Стихийное проявление, когда персонал в организации не знает о наличии закона. В этом случае каждый последующий элемент организации будет стремиться к повышению своей важности. Однако фактическое их взаимодействие может не образовывать эффекта синергии.

- В случае осведомленности о существовании закона только руководителя, он стремится создать рекомендации и подобрать состав организации, так чтобы обеспечить синергический эффект. Однако эти действия могут столкнуться или с дефицитом ресурсов, или с сопротивлением людей.

- В случае осведомленности всех членов организации закон будет проявляться тогда, когда каждый

сотрудник будет стремиться к росту своего потенциала в нужном направлении и к повышению эффективности взаимодействия с другими сотрудниками.

Закон самосохранения суть которого заключается в том, что любая сложная система (организация, коллектив) стремится к самосохранению, за счет изменения своей структуры и используя для достижения все возможности (ресурсы). [2]

Для анализа положения организации используется показатель - уровень самосохранения (УС) (формула 1)

$$УС = (У - Л) / У * 100\% \quad (1)$$

где, У - ресурсы удержания; Л – ресурсы ликвидации

В западной практике различают семь уровней самосохранения.

Таблица 1 – Уровни самосохранения: [3]

Уровень	Диапазон значений уровня самосохранения в %	Самосохранение
1	(-1000) - (-100)	Организацию следует ликвидировать
2	(-40) - (-10)	Для старых организаций необходимо просмотреть циклы спада и подъема. Общая тенденция: необходимо принять решение о реорганизации или ликвидации. Для новых организаций: или ликвидация, или подключение новых источников удержания.
3	0	Для старых организаций: это сигнал к принятию радикальных решений. Для новых: обычная фаза выживания.
4	10 – 20	Нормальная ситуация в экономике
5	100 – 200	Благоприятная ситуация в экономике
6	300 – 400	Организация находится в искусственно-льготных условиях – это сигнал к скорой расплате (наказание)
7	500 – 1000	Организацию необходимо ликвидировать

Закон развития – закон онтогенеза. Онтогенез – это последовательность превращений, выдерживаемых системой от зарождения до конца жизненного цикла.

Развитие – это закономерное, непрерывное, необходимое изменение объекта [5].

Суть закона: Организация стремится достичь наибольшего суммарного потенциала при

прохождении всех этапов жизненного цикла.

Развитая организация не может избежать изменений. Они могут быть прогрессивными и регрессивными: прогрессивные – превосходящие систему в более высокое состояние; регрессивные – связаны с уменьшением потенциала организации.

Закон развития основан на ряде принципов:

- инерции, который характеризуется изменением потенциальной системы, начинающимся через некоторое время после изменения потенциала среды, а также продолжается некоторое время после изменений в среде;

- эластичности, который характеризуется тем, что скорость изменения потенциала зависит от свойств самой организации, поэтому организации склонны или к эволюционным, или к революционным изменениям;

- непрерывности;

- стабилизации, который характеризуется тем, что на всех этапах жизненного цикла система стремится к сокращению размаха изменений своего потенциала.

Проявление закона развития может быть трояким:

- стихийное проявление, которое характеризуется постоянным стремлением обезопасить себя путем нормирования ресурсов;

- знание руководства о законе, которое будет стремиться к максимальной эффективности за счёт сокращения ресурсов, что будет болезненно восприниматься работниками;

- исполнение закона на всех уровнях управления, характеризуется созданием предпосылок для внедрения системы КАНБАН или MRP.

Существуют так же законы организации второго уровня: закон информированности-упорядоченности,

закон единства анализа и синтеза и закон композиции-пропорциональности.

Из закона самосохранения организации вытекает закон информированности-упорядоченности, суть которого в том, что чем большей информацией располагает организация о внутренней и внешней среде, тем большую вероятность устойчивого функционирования (самосохранения) она имеет. Закон требует от руководителей создания и развития источников информации, организации повышения квалификации своих сотрудников, внедрения передовых информационных технологий, в т. ч. автоматизированных рабочих мест.

Закон информированности-упорядоченности может проявляться в трех вариантах: [4]

- при незнании закона в организации будут накапливаться большие объемы информации, в которую попадут и ложные сведения, что приведет к непроизводительным затратам ресурсов;

- при знании закона только руководителем, он будет лично заниматься систематизацией информации и отбором только нужной, что приведет к недостаточному вниманию к другим процессам в производстве;

- самый оптимальный вариант, когда сбор, обработка и распространение информации будет проводиться на всех уровнях, и все члены будут знать о данном законе.

Законы самосохранения, роста и развития в совокупности действия превращают организацию в живой организм, особенностями жизнедеятельности которого является адаптация, саморегулирование и диссипация (самостоятельная переработка ресурсов и рассеивание продуктов жизнедеятельности).

Эти свойства живой системы описываются действием закона единства анализа и синтеза суть

которого в том, что каждая система (предприятие, учебное заведение и др.) стремится настроиться на наиболее экономный режим функционирования в результате постоянных изменений своей структуры или функций: разделение (анализ) - преобразование–объединение (синтез) - преобразование.

Анализ – это разложение целого на составные элементы, цель которого - более полно познать закономерности функционирования изучаемой системы придает знание.

Синтез – это формирование целых частей, отношений, выделенных в результате анализа, цель которого – построить такую структуру системы, при которой наилучшим образом будут реализованы заданные функции. Синтез акцентирует внимание на функциях, он объясняет, почему эти части действуют именно так.

Выполнение этого закона требует от руководителя придерживаться ряда принципов:

- разработка и реализации программы постоянного совершенствования организации, ее элементов и подразделений;
- привлечение к этой работе лучших работников - специалистов;
- проведение маркетингового исследования внешней среды;
- сокращение затрат на производство продукции;
- уменьшение времени нахождения продукции на складах;
- использование современных информационных технологий управления.

Закон композиции-пропорциональности является субъективным, так как изменения пропорциональных организаций зависят от точки зрения на нее, суть которого в том, что каждая материальная система стремится сохранить в своей структуре все необходимые элементы, находящиеся в заданной

соотносительности или в заданной пропорции [3].

Закон композиции – пропорциональности может проявляться в трех вариантах:

- стихийное проявление, когда какие-либо звенья отсутствуют в организации и их функции будут выполняться другими подразделениями;

- если о законе знает только руководитель, то его действия будут способствовать грамотному проектированию организационных структур, но персонал не имеющий представление о гармонии может не представлять себе важности тех или иных измерений;

- если о законе знают все работники и руководитель, то это обеспечит постоянное совершенствование структуры как организации в целом, так и каждого подразделения.

В результате можно сделать вывод, что для организационных систем существует ряд законов функционирования, на основе которых строится отличие организаций друг от друга. Никогда нельзя назвать точное количество законов, принципов и функций, так как система управления постоянно изменяется, совершенствуется, появляются новые элементы. В каждой организации всегда существует взаимосвязь нескольких законов, принципов и функций.

Литература и источники:

1. Кабкова Е.Н. Теория организации: самое главное. М.: Аллель, 2009.
2. Латфуллин Г.Р., Райченко А.В. Теория организации: Учебник для ВУЗов. - СПб.: Питер, 2005.
3. Законы и принципы эффективного функционирования организации [Электронный ресурс] <http://www.iespn.komisc.ru/conf2008/materials/Podkuyko2.pdf> Дата обращения 16.01.2015

Менеджмент

4. Законы и принципы теории
организации. [Электронный ресурс]
<http://sva0104.narod.ru/9.html> Дата
обращения: 18.01.2015

5. Законы [Электронный ресурс]
<http://managment-study.ru/zakon-ontogeneza-razvitiya.html> Дата
обращения: 16.01.2015

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТАМИ НА ОСНОВЕ СТРУКТУРЫ РМІ

Н.Ю. Кузьминых

Научный руководитель – Н.И. Гвоздев

На сегодняшний день довольно часто стал возникать вопрос о разработке структуры проекта, и это стало не простой проблемой. Как правило, при построении проекта возникают такие вопросы как: «Сколько потребуется финансов для разработки проекта? Каким должен быть бюджет, чтобы успешно завершить проект? Какие нужно поставить сроки? и т.д.». Для ответа на эти вопросы необходимо обратиться к такому понятию как РМА – международная ассоциация управления проектами, РМІ – институт управления проектами, и другие. Вообще их существует очень много. Наибольшее признание в России получили именно эти две модели управления проектами. Наиболее удачным, с нашей точки зрения, все же является РМІ, поскольку он на первый взгляд сложный, но при реализации проще.

РМІ (Project Management Institute) иными словами Институт Управления Проектами. Это международный некоммерческий институт управления проектами, разработавший набор международно - признанных стандартов по управлению проектами, программами, портфелями проектов и развития компетенций менеджеров проектов и программ [2].

РМІ объединяет профессионалов, специалистов в области связанной с управлением проектами, который в свою очередь объединяет другие отрасли такие как финансы, государственное управление, здравоохранение, фармацевтику, автомобильную промышленность, строительство, консалтинг, и др. РМІ помогает своим организациям и специалистам, которые заинтересованы в данной отрасли. Они проводят

различные презентации, конференции и семинары, разрабатывают образовательные программы и стандарты, которые направлены на помощь в управлении проектами.

Если сравнивать эти две модели то однозначного ответа наверно дать не возможно, но все таки некоторые отличия есть. Одним из основных отличий этих двух моделей является цель сертификации. У РМІ она направлена на то, чтобы сертифицируемый обладал терминологической и понятийно информацией. Также РМІ старается, чтобы их «ученики» обладали высоким уровнем этических и моральных принципов. На основе этих принципов проводится экзамен, который состоит из 200 вопросов и на каждый вопрос по 4 варианта ответа. На данную сертификацию существуют стандарты. Они все изложены в РМВoК (Project Management Body of Knowledge) это некий учебник, или дословно, свод знаний, на который опирается РМІ и использует его в качестве справочника, для создания всех своих программ. Большая часть вопросов основывается на тематике экзамена, но также небольшая часть вопросов, ответить на которые придется, основываясь на своем личном опыте, так сказать из практики [3].

Данный стандарт РМВoК собирает в себя процессы управления проектами, которые в свою очередь разделены на группы, всего пять таких групп: группа процессов инициации, группа процессов планирования, группа процессов исполнения, группа проектов мониторинга и управления, группа завершающих процессов. Группа процессов инициации, состоит из процессов, которые проводятся для

создания нового проекта или же начала новой ступени в проекте. Суть этих процессов определения цели проекта или фазы, структуру проекта и непосредственно затраты на его осуществление. Группа процессов планирования включает в себя процессы, которые определяют общее содержание проекта, уточняют его цели и определяется последовательность действий, выполнение которых и приведет к достижению поставленных целей. Группа процессов_исполнения содержит процессы, которые предназначены непосредственно для выполнения работ, определенных в ранее составленном плане для осуществления целей проекта. Стоит отметить, что эта группа процессов наиболее дорогостоящая. Группа процессов мониторинга и управления включает в себя процессы по контролю, анализу и эффективности выполнения проекта. Группа процессов завершения включает в себя процессы по завершению всех фаз в границах всех групп процессов управлению проектами.

IPMA (International Project Management Association) – это международная ассоциация по управлению проектами, созданная в 1965 году в Швейцарии для того чтобы объединить специалистов в области управления проектами. Её аналогом в России выступает Ассоциация управления проектами СОВНЕТ, она является добровольным

некоммерческим объединением, направленным для проведения научных исследований, построение обучающих программ и сертификации специалистов в области Управления проектами [1].

IPMA старается направить своих претендентов, чтобы они обладали теоретическими знаниями и практикой. Их экзаменационная работа также основывается на тесте, в котором есть вопросы, предполагающие развернутый ответ в который нужно будет вложить всю свою глубину знаний данной тематики. Ещё стоит отметить, что сертификация по стандарту IPMA четырехуровневая т.е. его можно повышать путем прохождения новых заданий теоретических или практических.

Подводя итог, можно утверждать, что PMI в России является признанным стандартом. На первый взгляд структура на которой он основывается (PMBoK) не проста, но при реализации она становится легче и эффективней своих конкурентов.

Литература и источники:

1. IPMA. [Электронный ресурс]. - <http://ru.wikipedia.org/wiki/IPMA>.
2. Институт управления проектами. [Электронный ресурс]. - http://ru.wikipedia.org/wiki/Институт_по_Управлению_Проектами.
3. О PMI. [Электронный ресурс]. - <http://www.pmi.ru>.

**АНАЛИЗ И СПОСОБЫ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ
ПРЕДПРИЯТИЯ**

Т.В. Малкова

Научный руководитель – А.С. Феденкова

В условиях современной экономики, невелика вероятность, добиться возможного успеха в бизнесе, если не планировать заранее эффективное развитие, постоянно располагать информацией о личных перспективах и возможностях, о качестве и состоянии целевых рынков, а так же положении на них конкурентов.

Конкурентоспособность организации – это относительная характеристика, которая способна выразить степень отличия данной компании от конкурентов в своем сегменте рынка и в сфере удовлетворения потребностей клиентов [3, с. 21].

Конкурентоспособность компании заключается в том, что потребитель готов купить продукцию (услугу) этой фирмы повторно, не имея претензий к данной организации, как со стороны потребителя, так и со стороны партнеров, вкладчиков, акционеров и др. [1, с. 74].

Конкурентоспособность компании включает в себя не только качественные характеристики продукта (услуги), но и зависит уровень менеджмента, рациональное управление финансовыми ресурсами, инновационной и инвестиционной деятельности.

при всех значимых условиях так же играет важную роль и маркетинговая составляющая в конкурентоспособности компании. Маркетинг же сориентирован на раскрытие более значимых потребностей клиентов, изменение выбора предпочтения, оценка перспектив развития сегментов, разработка и реализация эффективных стратегий по росту конкурентоспособности компании [3, с. 48].

Неотъемлемой частью конкурентоспособности является конкуренция. Конкуренция же в свою очередь реализуется на рынке, то есть в условном месте купли-продажи определенного вида продукта (услуги), заключение и осуществление сделок, которые реализовываются в условиях непосредственной конкуренции с соблюдением предписанных норм и правил [2, с. 29].

Конкурентоспособность товара – это в свою очередь возможность отвечать требованиям конкурентной среды, запросам потребителей в сравнении с товарами-субститутами, которые представлены на рынке от лица конкурентов. Конкурентоспособность продукции зависит от качества товара, технических и потребительских свойств, но с другой стороны, ценами которые устанавливаются продавцами. Также на конкурентоспособность влияет имидж компании, положение на рынке, занимаемый сегмент рынка, колебание спроса и предложения и т.д.

Конкурентоспособность компании – это неоднозначный процесс, который подразумевает способность реализовывать свое дело в условиях рыночных отношений, и приобретать при этом прибыль, необходимую для научно-технического улучшения производства, стимулирования работников и поддержания качества продукции на высоком уровне [4, с. 85].

В основании развития конкурентоспособности компании располагается система его конкурентных преимуществ. На базе анализа многообразных подходов классификации конкурентных достоинств осуществляется по следующим признакам:

- отношение к системе;
- сфера возникновения преимущества;
- содержание фактора преимущества;
- время реализации преимущества;
- место реализации преимущества;
- вид получаемого конечного результата.

Классификация перечисленных конкурентных преимуществ необходима для автоматизации процесса учета и анализа конкурентоспособности объектов. [4, с. 99].

В теории конкурентных преимуществ портера подвергаются анализу два основных аспекта: маркетинг и издержки предприятия. преимущество в маркетинге – это конкурентное преимущество продукта (услуги), которое удовлетворяет потребности клиентов лучше, чем конкуренты данной компании. преимущество в издержках – это конкурентное преимущество, которое возникает благодаря низким производственным и маркетинговым затратам, чем затраты конкурентов, что позволяет предприятию снизить цены или сэкономить на рекламе и распределении.

Компания, которая добивается преимуществ в маркетинге, в большей степени ориентирована на клиентов, чем компания, ориентированная на преимущества в издержках, которая, однако, тоже не может игнорировать потребителей. Иначе преимущества окажутся не стабильными [2, с. 102].

В теории проблема обеспечения конкурентоспособности выпускаемых товаров рассматривается одновременно как структура и как процесс. Обеспечение конкурентоспособности как структуры – это система состоящая,

из внешнего окружения организации и ее внутренней структуры, нацеленной на обеспечение конкурентоспособности выпускаемой продукции (услуги). Система обеспечения конкурентоспособности как процесса – это реализация взаимосвязанных научных подходов, принципов, методов, средств и мероприятий, разрабатываемых по всем функциям управления и стадиям жизненного цикла управляемых объектов и нацеленных на обеспечение конкурентоспособности выпускаемой продукции (услуги).

А значит, что конкурентоспособность компании – это возможность эффективной хозяйственной деятельности и ее практической прибыльной реализации в условиях конкурентного рынка. поддержание на высоком уровне конкурентоспособности обеспечивается всеми компонентами имеющихся у предприятия маркетинговых средств. производство и эффективная реализация конкурентоспособных товаров (услуг) – обобщающий показатель жизнестойкости организации, его умение эффективно использовать свой производственный, научно-технический, трудовой и финансовый потенциал [1, с. 112].

Литература и источники:

1. Академия рынка: Маркетинг: Пер. с фр./ Арман Дайан и др. - М.: Экономика, 2009. с. 74, 112.
2. Наумов В.Н. Основы менеджмента. – М., 2010. с. 29, 102.
3. Ноздрева Р.Б., Цыгичко Л.И. Маркетинг: Как побеждать на рынке. - М.: ФиС, 2009. с. 21, 48.
4. Речмен Д.Дж., Тилл Д.В. Современный бизнес - М.: Республика, 2010. с. 85, 99.

ИНФОРМАЦИЯ - БАЗОВЫЙ РЕСУРС ДЛЯ ПРИНЯТИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО РЕШЕНИЯ

К.С. Морев

Научный руководитель – К.А. Баннова

Автором ставшей крылатой фразы «кто владеет информацией, тот владеет миром» был Натан Ротшильд – основатель английской ветви Ротшильдов, который успешно торговал британским текстилем и через какое-то время основал собственный банк. Всем известно, что информация и коммуникация в различных сферах человеческой деятельности на современном этапе постоянно растут, это связано прежде всего с изменениями социально – экономического характера, новыми достижениями в областях техники и технологий и результатами научных исследований. Информация имеет большое значение для успешной деятельности предприятия и может представлять одну из сложнейших проблематик менеджмента. Это похоже на «кровеносную систему» единого организма фирмы. Эффективными руководителями в своей работе считают тех, кто обладает коммуникативными навыками, а также тех, кто обладает информацией. Любой менеджер должен отлично владеть искусством коммуникаций, т.к., они выполняют работу «чужими руками».

Значение информации и коммуникации очевидна как в небольших фирмах, так и в крупных организациях и корпорациях. От того насколько будут эффективны коммуникационные связи будет зависеть дальнейшее существование не только организации, как хозяйствующего субъекта в отрасли, но также и персонала, который работают в данной организации; в глобальном смысле - благосостояние всей страны в целом.

Принятие управленческого решения – ключевой этап

управленческой деятельности, при реализации управленческих отношений и лидерских качеств каждого руководителя. Результатом организационной и управленческой работы является управленческое решение. Решение представляет собой акт органов управления или управляющего, в котором не только выражена цель, но и сформулирован список задач, выделены исполнители, закреплена ответственность, предоставлены ресурсы (материальные, трудовые, финансовые).

Решение принимается в том случае, когда определена проблемная ситуация. Проблемная ситуация должна быть изучена всесторонне, выявлены основания и условия ее появления, собрана необходимая информация, оценены возможные результаты принятия решения в смене качества жизни людей и т. д. При подготовке решения выделяются те ограничения, в рамках которых реализуется цель, решаются поставленные задачи. Ограничения делятся на внутренние (квалификация персонала, доступность ресурсов, качество информации) и внешние (конкуренты, поставщики, инвесторы и т. д.).

В условиях современного хозяйствования все чаще возникает необходимость принятия решения нестандартных ситуаций в области широкого круга управления. Это ведет к приросту численности персонала, занятых в сфере сбора и диагностики информации (маркетинг, менеджмент, финансы и т.п.), что, в свою очередь, делает организацию фирмы гораздо сложнее. Под использованием информационного ресурса понимается совокупность информационных

процедур формирования, преобразования, поиска и передачи, хранения информации. В качестве определяющих свойств ценности информации принято выделять следующие: объем, своевременность, достоверность. Информацию можно отнести к абстрактным понятиям типа математических. Но особенности информации приближают ее к материальному миру. То есть, информацию можно получать, записывать, передавать, стирать.

Общество в наше время достигает такого уровня развития, когда уровень сложности и объемы информации потребовали создания информационной индустрии. Информация становится одним из важных стратегических ресурсов. Исследования показывают, что прогрессивный менеджмент позволяет построить систему успешного функционирования организации с окружением посредством не только информационного воздействия на процессы, которые происходят внутри него, но и методом информационного воздействия на окружающую внешнюю среду – создание имиджа организации, фирменного стиля для продукта или услуги, формирование коммуникационных процессов для воздействия на потенциальных потребителей и т.п. Особенности информации как особого ресурса развития и как базовый фактор при принятии решений, определяют специфику и направленность информационных стратегий развития организации.

В зависимости от того, в какой степени субъект управления знаком с ситуацией, который принимает решение, и какой информацией он обладает, выделяют решения:

- уверенности (обоснованные решения, когда изучена ситуация и существующие причинные зависимости);

- риска (вероятностные решения, когда один из ключевых моментов для принятия решения неизвестен, но известна и может быть просчитана его или их вероятность, если случаи такого рода имели место быть);

- неуверенности (стратегические решения, когда лицо принимающее решение не владеет информацией о данной проблемной ситуации).

В организациях информация может перемещаться в рамках вертикальной коммуникации с уровня на уровень. Она может переходить от высоких уровней на более низкие. Так, подчиненным уровням управления сообщается о предстоящих задачах, изменении приоритетов, определенных заданиях, необходимых процедурах и т.д. Помимо обмена по нисходящей траектории в организации необходимы коммуникации по восходящей линии. Передача информации с низких уровней на более высокие может определенно влиять на производительность.

В заключении хотелось бы отметить, что информация дает нам возможность принимать эффективные и обоснованные решения, позволяющие управлять организацией.

Руководству организации необходимо заранее планировать получение информации о конкурентах, ценах, требованиях государственных структур и т.д.; на основе этой информации будут строиться управленческие решения, а также выстраиваться политика ведения бизнеса. Таким образом, достоверность приходящей информации будет определять эффективное развитие организации и получение конкурентных преимуществ.

Литература и источники:

1. Ашмарина С.И., Зотова А.С. Пути совершенствования корпоративного информационного обеспечения в современных экономических условиях // Вестник Самарского

государственного университета. – 2008.
- №6. – С. 72-77

2. Бородулин А., Заложнев А., Шуремов
Е. Внутрифирменное управление, учет и
информационные технологии. М:
ПМСОФТ, 2006. 344 с.

3. Исаев Г.Н. Информационные
системы в экономике. М: Омега-Л,
2006. 463 с.

4. Карданская Н.Л. Основы принятия
управленческих решений. Учебное
пособие. М, 1998.

ОЦЕНКА РИСКОВ ФИНАНСОВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

К.С. Морев

Научный руководитель – К.А. Баннова

Актуальность и необходимость применения процедур оценки и управления рисками неуклонно возрастает в связи с повышением роли информационных технологий в процессах функционирования организаций как хозяйствующих субъектов. Предпринимательская деятельность предполагает наличие риска в связи с возможностью получения прибыли от финансово-хозяйственной деятельности, поэтому справедливо утверждать, что управляющие организацией должны организовать процесс по управлению рисками, а каким образом будет осуществлена организация этого процесса: осознанно или стихийно - степень организации корпоративной культуры.

В области управления рисками необходимо различать такие понятия как: риск, оценка рисков и управление рисками.

Существует разные подходы к определению понятия риска.

Риском является возможность наступления какого-либо события (стечения обстоятельств), которое в случае реализации оказало бы отрицательное влияние на выполнение предприятием своих краткосрочных и долгосрочных целей.

Риск - это неопределённое условие/событие, которое при возникновении может нести в себе положительное или отрицательное воздействие на репутацию предприятия, а также может означать потерю или приобретение активов в денежном эквиваленте.

Риск - характерная ситуация, имеющая неопределенный исход, при вытекающих негативных последствиях.

Проанализировав различные понятия, было выдвинуто следующее определение риска:

Риск – итоговый результат бездействия/действия, описывающий существующую реальную вероятность получения неизвестных последствий различного характера, которые в свою очередь, как негативно, так и положительно могут повлиять на финансово-хозяйственную деятельность предприятия.

Для дальнейшего анализа деятельности предприятия важно выделить классификацию рисков. Стоит взять во внимание то, что каждый риск должен быть выделен и оценен отдельно, и чем точнее классифицирован риск, тем больше возможность его оценить. Существует множество классификаций рисков, и любая классификация не является фиксированной. Управляющий, осуществляя финансово-хозяйственную деятельность, в праве приводит свою классификацию. Наиболее широкий смысл классификации рисков представлен на рис. 1.

Определение рисков:

Региональный - описывает особенности региона, где осуществляется финансово-хозяйственная деятельность предприятия.

Природно-естественный - характеризует отрицательное влияние стихийных сил природы.

Политический - обуславливает вероятность смены общественно-политического климата в регионе и по стране в целом, а также возможности развития.

Законодательный - характеризует перспективу изменения

законодательных актов, которые могут повлиять на финансово-хозяйственную деятельность предприятия.

Транспортный – обуславливает возможность потери имущества, оборудования и т. п. при транспортировке.

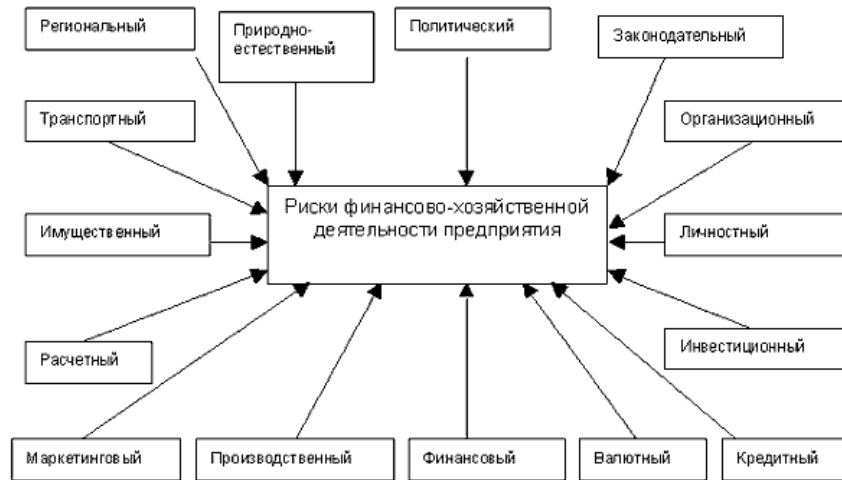


Рис. 1 – Классификация рисков

Организационный – характеризует внутренние факторы, действующие внутри предприятия. К организационным факторам относятся: стратегия предприятия, принципы, ресурсы и их использование, уровень и качество использования менеджмента и маркетинга.

Имущественный – описывает вероятность потери активов вследствие диверсии, кражи, халатности и т. п.

Личностный – характеризует деловые и моральные качества персоны, от которой зависит итог финансово-хозяйственной деятельности.

Маркетинговый – описывает показатели условий рынка (предложение, спрос, цена), где осуществляется финансово-хозяйственная деятельность предприятия.

Производственный – характеризуется освоением новых технологий, техник и ведением производственной деятельности.

Расчетный – описывает вероятность финансовых потерь по

итогам неправильно выбранного этапа времени, срока и формы платежа.

Инвестиционный – характеризует выбор инвестирования капитала с результатом получения экономической выгоды в течение определенного промежутка времени.

Валютный – описывает влияние состояния курса валют на данный момент на финансово-хозяйственную деятельность предприятия.

Кредитный – описывает понятие всех рисков, связанных с процессом оценки заемщика в целом.

Финансовый – описывает анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия на основе информации, полученной из бухгалтерской отчетности.

Оценка рисков – это процесс систематизированного изучения и обобщения профессиональных суждений о вероятности наступления неблагоприятных условий и (или) событий. Предлагаемая далее методика оценки рисков несет в себе задачу систематизации и разработки комплексного подхода к определению степени риска, влияющего на финансово-хозяйственную деятельность

предприятия. Преимущества данного метод: возможные риски выявляются детально; выражена структурированность действий.

На первом этапе оценки идет получение и обработка информации о сложившейся ситуации. Чтобы в полной мере зафиксировать риски, нужно тщательно подходить к сбору и обработке информации. Информация должна удовлетворять требованиям: достоверность, объем, актуальность, полнота. Дальнейшим этапом идет фиксация рисков: выявление свойств, для отнесения к одной из классификационных групп рисков. После чего происходит поэтапное разделение выбранного решения на обусловленное количество более простых решений. Данное действие имеет название «составление алгоритма решения». И окончательным этапом является качественная и количественная оценка рисков. Цель качественной оценки рисков - выявить основные виды рисков, которые способны повлиять на финансово-хозяйственную деятельность. Количественная оценка рисков проводится на основе информационных данных, полученных вследствие качественной оценки, то есть оценке будут подвергаться те риски, которые присутствуют при осуществлении конкретной операции алгоритма принятия решения.

Оценкой рисков в области стратегического планирования на предприятии занимается высшее руководство (топ-менеджеры, риск-менеджеры, специалисты по управлению рисками.).

Аудиторы должны оценить степень в достижении следующих ключевых целей процессов управления рисками, а именно:

- риски, которые могут появиться в процессе реализации бизнес-стратегии и осуществлении деятельности организации, выявляются и оцениваются;

- высшее руководство и совет директоров определили приемлемый уровень риска для организации (риск-аппетит);

- риски регулярно переоцениваются;

- результаты оценки рисков периодически направляются исполнительному руководству и совету директоров.

Безусловно, оценку рисков не всегда можно произвести по конкретной формуле или измерить количественно. Успешная оценка рисков очень часто основывается на профессиональных суждениях и опыте внутренних аудиторов и руководителя внутреннего аудита. Процессы управления рисками в разных организациях могут существенно различаться в зависимости от вида бизнеса, масштабов и сложности структуры организации и могут быть:

- формальными или неформальными;

- количественными или субъективными;

- внедренными в бизнес-единицах или централизованными на корпоративном уровне.

Проанализировав данные, можно подвести итог и отметить, что, осуществляя деятельность по выявлению и оценке риска, происходит их идентификация и это способствует использованию полученной информация в ближайшем будущем для принятия управленческого решения. Осуществляя финансово-хозяйственную деятельность, ситуация непрерывно меняется, постоянно возникают и исчезают те или иные виды рисков. В следствие чего, на предприятии целесообразно создавать базы статистических данных, фиксирующие возможные варианты принятия решений и оценки риска, а также осуществлять непрерывное документирование источников возникновения рисков и

факторов, влияющих на их возникновение и развитие.

Литература и источники:

1. Бурцев В.В. Внутренний аудит: оценка эффективности // Вестник машиностроения. -2006. - № 9. - С. 78 - 81.
2. Кузнецова Н.В. Управление рисками: Учебное пособие. - Владивосток: ТИДОТ ДВГУ, 2004. – 168с.
3. Панкратова Л.А. Внутренний аудит в современной системе управления организацией // Аудитор. - 2012. - № 6.
4. Российская Федерация. Министерство Финансов. Информация N ПЗ-9/2012 «О раскрытии информации о рисках хозяйственной деятельности организации в годовой бухгалтерской отчетности» [Электронный ресурс].

РЕКОНСТРУКЦИЯ ГРАНИЦ РЫНКА ДЛЯ ВЫБОРА НОВОЙ СТРАТЕГИИ ОРГАНИЗАЦИИ

В.В. Примаков

Научный руководитель – Н.И Гвоздев

Стратегия «Голубого океана» была предложена Чан Ким и Рене Моборн [1].

Стратегия «голубого океана» бросает вызов компаниям, чтобы они выбрались из алого океана кровавой конкуренции посредством создания неконкурентного рыночного пространства, которое делает конкуренцию почти незначимой.

Отличие алого океана от голубого:

В алых океанах границы отрасли определены и согласованы, правила конкуренции всем известны. Компании стараются превзойти своих соперников, перетягивая на себя большую часть спроса. По мере того, как на рынке становится всё теснее, продукция превращается в океан, и как следствие, возможностей для роста и получения прибылей становится меньше, безжалостные конкуренты режут друг другу глотки, заливая океан алой кровью.

В свою очередь, голубые океаны обозначают нетронутые участки рынка, требуют творческого подхода, дают возможность расти и приносить прибыль. Большинство голубых океанов, возникает внутри алых океанов, раздвигая уже существующие отраслевые границы. Некоторые голубые океаны создаются за пределами предложенных границ отрасли. В голубых океанах спрос создаётся, а не отвоёвывается. В них самые большие возможности для быстро и прибыльного роста.

Бизнес-среда, породившая в двадцатом веке основную часть стратегических и менеджерских подходов, постепенно исчезает. В алых океанах становится все больше крови,

поэтому руководителям стоит уделять пристальное внимание голубым океанам. Именно они в дальнейшем будут двигателями роста [2].

Технологии создания стратегии голубого океана:

- Фокусирование на общей картине и создание новой стратегической канвы.

- Процесс визуальной стимуляции команды разработчиков в создании стратегии голубого океана

- Применение карты «первопроходца-переселенца-колонииста» при выборе новой стратегии

- Выход за пределы существующего спроса: три яруса неклиентов

- Преодоление основных организационных препятствий в создании голубого океана

- Целенаправленное лидерство и способы преодоления основных препятствий при внедрении стратегии голубого океана

Технология создания стратегии голубого океана требует прежде всего пересмотреть и реконструировать границы рынка, чтобы найти свою нишу (свой «голубой океан»). В данной статье рассмотрен один из путей реконструкции границ рынка – применение карты «первопроходца-переселенца-колонииста» для выбора новой стратегии.

Визуализация стратегии может помочь менеджерам, отвечающим за корпоративную стратегию, прогнозировать и планировать дальнейший рост и объем прибыли.

Первопроходцами в компании являются бизнесы, предлагающие беспрецедентную ценность. Это

собственные стратегии голубого океана, являющиеся наиболее мощным источником прибыльного роста. У данных бизнесов масса клиентов. Их кривая ценности на стратегической канве отличается от кривой конкурентов.

На другом конце спектра находятся колонисты - бизнесы, предлагающие ценность, соответствующую основным характеристикам отрасли. Еще их можно назвать «подражателями». Колонисты не делают сколь-нибудь существенный вклад в будущий рост компании. Они завязли в алом океане.

Потенциал переселенцев находится где-то посередине. Эти бизнесы удлиняют кривую отрасли, предлагая клиентам больше и за меньшие деньги, однако серьезно меняться они не намерены. Предлагаемая ими ценность выше обычного уровня, но не инновационна. Стратегии этих бизнесов находятся на границе между алыми и голубыми океанами.

Руководству компании, стремящейся к обеспечению прибыльного роста, полезно будет отразить имеющиеся и планируемые портфели бизнесов на карте первопроходца-переселенца-колониста (ППК).

Если и имеющийся портфель, и планируемые предложения состоят в основном из колонистов, то рост компании будет низким. Она сама будет привязана к алому океану, и ее требуется подтолкнуть к инновации ценности. Даже если сегодня компания является прибыльной, она легко может попасть в ловушку конкурентного бенчмаркинга, имитации и интенсивной ценовой конкуренции.

Если в настоящих и планируемых предложениях задействовано много переселенцев, то можно ожидать значительного роста. Однако при этом компания может не реализовать весь

свой потенциал роста и рискует быть отброшенной на обочину теми, кто занимается инновацией ценности.

Доходы, прибыльность, доля рынка и удовлетворенность клиентов - отражают нынешнюю позицию компании на рынке. Вопреки тому, что предлагает традиционное стратегическое мышление, эти показатели не способны наметить путь к будущему; слишком уж быстро происходят перемены в окружающем мире.

Без ценности сами по себе инновационные идеи не принесут прибыли - они должны быть увязаны с тем, за что покупатели готовы заплатить.

Высший менеджмент должен стремиться к тому, чтобы заставить компанию сместить баланс в будущем портфеле в пользу первопроходцев. Именно таков путь к прибыльному росту.

Однако, делая упор на первопроходцев, высшее руководство должно сознавать, что колонисты, несмотря на низкий потенциал роста, зачастую в настоящий момент являются основными генераторами притока наличных средств в компанию.

Первопроходцы же, напротив, обладают максимальным потенциалом роста, однако на начальном этапе роста и расширения требуют значительного вложения наличных средств.

Можно заключить, что основная задача высшего руководства компании - такое управление своим портфолио бизнесов, при котором обеспечивается разумный баланс между прибыльным ростом и притоком наличности в каждый конкретный момент времени.

[3]

В перспективе голубые океаны станут основным источником экономического роста. Потенциал большинства признанных сегментов рынка - алых океанов - постепенно сокращается. Технологические

достижения только увеличивают производительность отрасли, позволяя поставщикам создавать широкий спектр товаров и услуг. По мере того как торговые барьеры между государствами и регионами разрушаются, а информация о продуктах и ценах становится мгновенно доступна всему земному шару, специализированные рынки и монополисты-тяжеловесы начнут исчезать [1].

Литература и источники:

1. У. Чан Ким, Рене Моборн., «Стратегия голубого океана», Пер. с англ. - М.: НИРРО, 2005, 272 с.
2. Стратегия Голубого океана — Blue Ocean Strategy / Ким У. Чан, Моборн Рене // «АРБ-Консалтинг»: решения в области маркетинга и управления. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.arbconsulting.ru/about/blog/marketing/2012/11/28/marketing_131.html
3. Как победить в конкурентной борьбе без прямых столкновений // Интернет-проект «Энциклопедия маркетинга». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.marketing.spb.ru/lib-mm/strategy/blue-ocean.htm>

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИОННЫМИ
ИЗМЕНЕНИЯМИ

Д.С. Русакова, А.А. Рукавишникова

Научный руководитель – Н.Е. Гегальчий

В настоящее время организационные изменения приобретают особую значимость для мотивации персонала к успешному развитию и укреплению рыночных позиций предприятия.

Организационные изменения – это начало нового организационного устройства, адекватного характеру изменений внешней среды. Им сопутствует слом привычных и разделяемых сотрудниками ценностей, норм и шаблонов действия, и как следствие традиционных методов принятия решений, которые являются преградой к ускоренному развитию предприятия и успешному его функционированию на рынке [1].

Разработанная классификация организационных изменений в начале 90-х годов 20 века применяется в качестве формообразующих факторов источников перемен, как со стороны высшего руководства, так и со стороны обычных менеджеров, и стиля перемен – жесткого или мягкого. Совмещение этих двух переменных предоставляет формы организационных изменений:

- агрессивную (agressive);
- инструкционную (indoctrinative);
- коррозионную (corrosive);
- умиротворяющую (conciliative).

Агрессивная форма изменения основана на знании руководства предприятия о необходимости проведения преобразований, но это либо требует слишком больших затрат, либо для этого отсутствует квалификационный персонал. Поэтому реагировать на изменения нужно быстро с минимальными потерями, для того, чтобы работники не растерялись и

привыкли к новой корпоративной культуре.

В случае инструкционной формы изменений руководство предприятия точно знает, что необходимы изменения и реализовывать их ему помогают топ-менеджеры, на которых строится управление. Поэтому нововведения проходят по имеющимся каналам организационной структуры.

При коррозионной форме изменений должны взаимодействовать все структуры и звенья предприятия. Только в этом случае будет обеспечен успех и новшества будут приняты как персоналом, так и руководителями подразделений.

Умиротворяющая форма подразумевает постепенное изменение, в связи со спецификой определенных групп персонала, т.е. введения без конфликтов [3].

Существует различные модели организационных изменений:

– модель Курта Левина осуществляется в три этапа: размораживание –направленные действия менеджера на то, чтобы люди признали необходимость изменений; движение – практическая реализация изменений; замораживание – установление новых ценностей, норм и правил [2];

– модель Л. Грейнера подразумевает проведение изменений постепенно, начиная от признания необходимости нововведений до выявления последствий и устранения их, при этом подготавливая персонал к новшествам [5];

– теория «Е» и теория «О» Майкла Бира и Нитина Нория. Теория «Е» – жесткий метод применения изменений,

которые проводятся сверху вниз. Она, как правило, нацелена на достижение финансового результата. Теория «О» - мягкий метод, который ориентируется на обучение сотрудников и совершенствование корпоративной структуры и проводится снизу вверх [5];

– модель Ф. Гуияра и Дж. Келли основана на сравнении предприятия и человеческого организма. Она предполагает проведение четырех преобразований, именуемых «4R»:

* Reframe – рефрейминг, т.е. осознание того, чем является сейчас предприятие и какие у него возможности (мозг);

* Restructure – реструктуризация, т.е. это направленное изменение структуры предприятия и входящих в него элементов, которые образуют его управление, в связи с влиянием факторов внешней или внутренней среды;

* Revitalize – оживление, т.е. побуждение роста, с помощью которого определяется связь организма предприятия с окружающей средой, дающее отличие реорганизации от обычного сокращения размеров организации;

* Renew – обновление, т.е. разработка системы, оценивающей результаты труда, обеспечения индивидуального развития и развития предприятия [5];

– модель «Кривая перемен» Дж. Дака: проведение организационных изменений будет успешно в том случае, когда эмоциональным и поведенческим аспектам уделяется внимания столько же, сколько и производственным. Процесс изменений содержит в себе цепочку событий, предсказуемых и управляемых, так называемых, динамических фаз (застой, подготовка, реализация, проверка на прочность и достижение цели). Эта цепочка называется «кривая перемен» [5].

– модель Дж. Коллинза «От хорошего к великому» заключается в

проведении изменений дисциплинированными руководителями, т. е. теми, у которых дисциплинированное мышление, и которые могут выйти за грань своей компетентности, чтобы достичь высоких результатов [5].

Для предотвращения конфликтов в случае сопротивления изменениям, менеджерам необходимо объяснить, каков будет результат и как это отразится на них и на предприятии в целом.

Таким образом, на основе краткой характеристики основных моделей организационных изменений можно сделать следующие выводы:

1. Организационные изменения – весьма трудоемкий процесс, который сопровождается всевозможным сопротивлением со стороны персонала, неспособного принять что-то новое из-за привычки работать по-старому.

2. Разработанные методы позволяют устранить сопротивления со стороны персонала.

3. Изменения необходимы, поскольку они влияют на дальнейшее развитие предприятия, а также на занятость населения, на поддержание соответствующего уровня жизни и т.д.

При правильном выборе модели изменений, расстановке приоритетов и четко поставленных целях и задачах предприятие может достичь успеха в управлении, и выйти на новый этап развития.

Литература и источники:

1. Организационные изменения [Электронный ресурс]: URL: arborcg.org/product/team?chapter=1443584 (дата обращения 21.01.2015).
2. Курт Левин «Модель организационных изменений» [Электронный ресурс]: URL: www.smart-edu.com (дата обращения 21.01.2015).
3. Классификация организационных изменений [Электронный ресурс]: URL: libsib.ru (дата обращения 21.01.2015).

4. Модель Дж.Коллинза [Электронный ресурс]: URL: http://usib.ru/files/USIB/download/djim_kollinz_ot_horoshego.pdf (дата обращения 21.01.2015).

5. Понятие организационные изменения [Электронный ресурс]: URL: <http://ms.znate.ru/docs/1594/index-58925.html?page=7> (дата обращения 21.01.2015).

ВОВЛЕЧЕННОСТЬ СОТРУДНИКОВ В ПРОЦЕСС СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ ВСЕОБЩЕГО МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА

М.А. Самбурская

Научный руководитель – И.Г. Видяев

В настоящее время каждое предприятие сталкивается с необходимостью задуматься о качестве. Качество стало восприниматься как необходимое условие существования организации. Однако для того, чтобы конкурировать на рынке недостаточно производить высококачественную продукцию, также необходима качественная организация работы в компании.

Организацию такой работы описывает метод всеобщего менеджмента качества. Всеобщее управление качеством (TQM) – это стиль работы компании, который направлен на непрерывное улучшение продукции, организации процессов, а также уровня квалификации персонала. Данный менеджмент называется всеобщим, так как он означает, что в процесс совершенствования должен быть вовлечен каждый сотрудник компании. В связи с этим, человеческий фактор является фундаментальным при внедрении системы качества в организацию [1].

На сегодняшний день необходимость внедрения всеобщего менеджмента качества осознали многие компании, однако эффективно и профессионально внедрить данный менеджмент получается далеко не у всех. Это связано с тем, что компании акцентируют свое внимание на улучшении качества продукции, на качестве организации процессов, но не на сотрудниках и на их вовлеченности в данный процесс преобразований. Однако, в первую очередь, именно сотрудники должны быть заинтересованы в претворении всех

изменений в жизнь, так как менеджмент качества создается и управляется людьми, то есть эффективность применения данного подхода непосредственно связана с человеческим потенциалом компании.

Таким образом, главной целью данной статьи является определение способов создания таких условий на организации, которые помогут заинтересовать сотрудника, а также вовлечь его в процесс реализации целей и задач.

Для того чтобы определить, каким способом вовлечь сотрудников в совершенствование организации необходимо понять, что такое вовлеченность. Вовлеченность - это повышенная эмоциональная связь с организацией, заставляющая сотрудников добровольно прилагать больше усилий к выполнению работы. Вовлеченным считается сотрудник, поведение которого можно определить тремя ключевыми индикаторами вовлеченности:

1. Говорит – всегда позитивно отзывается о своей компании как в общении с коллегами, так с сотрудниками и клиентами;

2. Остается – сотрудник действительно хочет стать частью компании и остаться в ней на длительное время;

3. Стремится – сотрудник прикладывает дополнительные усилия, чтобы способствовать успеху компании.

После определения того, что такое вовлеченность и кто такой вовлеченный работник, можно найти способы создания оптимальных условий в организации, которые позволят

управлять вовлеченностью сотрудников [2].

Для того чтобы создать такие условия необходимо:

- Определить потребности персонала;

Необходимо учитывать три аспекта человеческих потребностей: физиологический, интеллектуальный и духовный. К физиологическим потребностям относятся базовые потребности, удовлетворение которых является неотъемлемой частью существования человека, к интеллектуальным потребностям относятся умственные возможности и психические особенности человека, под духовными потребностями понимается базовые ценности, которые относятся к неучтенной части мотивации, однако являются необходимыми для создания успешной работы сотрудника.

Поскольку удовлетворение интеллектуальных и духовных потребностей является наиболее сложным процессом, необходимо рассмотреть их более подробно.

Для удовлетворения интеллектуальных потребностей сотрудников необходимо создать такие условия в компании, которые позволят обеспечить им карьерный рост, повышение квалификации, непрерывное совершенствование практических навыков работы, что позволит в полной мере реализовать их потенциал. Для того чтобы удовлетворить духовные потребности персонала, следует наполнить работу смыслом, что непременно вызовет интерес у всех сотрудников, заставит их работать по-новому и поможет раскрыть их творческий потенциал, также необходимо создать доверительные и уважительные отношения в компании. Наиболее эффективным путем достижения таких отношений является установление принципа сотрудничества, то есть устранения конкурентной борьбы между сотрудниками компании,

которая разрушает взаимодействия между людьми. Данный принцип основан на командной работе, нацеленной на единую, общую цель, достижение которой преследует организация.

Таким образом, можно сказать, что уровень индивидуальной мотивации сотрудников определяется совокупностью трех групп факторов – физиологических, интеллектуальных и духовных. [3]

- Определить пересечения интересов сотрудников и интересов компании;

Высокий уровень вовлеченности отражает состояние человека, при котором проявляется безусловная мотивация к тому, чтобы посвятить себя работе. Для того чтобы вся работа сотрудника была направлена на достижение интересов организации необходимо определить пересечение зоны интересов сотрудников и зоны интересов компании.

Интересы и ценности компании отражаются в ее целях, которые она для себя ставит, а для того, чтобы определить интересы работников необходимо организовать обратную связь сотрудников с руководством, что позволит работникам не только принимать задачи от управляющих, но и непосредственно участвовать в развитии организации.

Обратная связь должна не просто быть в организации, но и эффективно работать, для того чтобы сотрудники охотно пользовались данным инструментом. Добиться такого результата будет возможно, если:

1. Сотрудники будут уверены, что информация, которую они предоставляют, не будет использована против них. Изначально при внедрении обратной связи можно сделать ее анонимной и массовой.

2. Сотрудники будут уверены, что информация будет воспринята руководством. Необходимо

составлять отчеты о полученной информации от сотрудников, которые будут находиться в открытом доступе.

3. Сотрудники будут уверены, что информация обработается и станет использоваться в работе компании. Воплощенные идеи сотрудников в жизнь также необходимо публиковать.

- Определить способы и методы привлечения сотрудников к выполнению поставленных задач, которые основаны на удовлетворении взаимных интересов компании и ее сотрудников;

После того, как была определена зона интересов компании и зона интересов сотрудников, можно найти область их пересечения. Соответственно в данной области необходимо формулировать задачи и цели для работников организации.

Сотрудники должны ясно видеть поставленные перед ними задачи и конечные цели работы, поэтому руководство должно своевременно составлять краткосрочные и долгосрочные планы работ, которые будут отвечать найденным параметрам соответствия интересов.

Задачи и цели, поставленные перед работниками, должны непрерывно контролироваться со стороны руководства, должно быть видно, эффективно ли выполняется работа и есть ли у работников какие-либо предложения для их изменения.

Если перед сотрудником стоит задача, которая носит долгосрочный характер, мотивация сотрудника к ее выполнению со временем будет угасать из-за того, что люди склонны считать будущие выгоды малоубедительными. Решить данную проблему поможет постановка краткосрочных, промежуточных задач, которые будут способствовать достижению главной цели. Для исполнения данных задач должен быть определен фиксированный срок, по истечению которого сотрудник

должен будет отчитаться о степени и качестве выполнения задачи, что добавит объективности в оценку выполненной работы. Таким образом, сотрудник будет заинтересован в быстром и качественном выполнении своих задач, а руководству будет легче контролировать их исполнение.

Также для того, чтобы вовлеченность сотрудника была максимально возможной, необходимо визуализировать то, как вклад каждого сотрудника влияет на эффективную работу предприятия.

Наиболее оптимальным вариантом является составление диаграммы, в которой будут отражены главные цели, а также задачи каждого из сотрудников. Каждая выполненная задача сотрудника будет реально отражать степень приближения компании к достижению основной цели. Данный прием позволит сотрудникам почувствовать себя неотделимой частью компании, а также увидеть степень своего вклада в совершенствование организации.

- Определить способы, позволяющие расширить области пересечения интересов сотрудников и компании. [4]

Наиболее важным компонентом, влияющим на вовлеченность сотрудников, является способ оценки выполненной работы.

Несомненно, материальное вознаграждение является основной составляющей мотивации сотрудников, однако нельзя игнорировать нематериальную сторону данного аспекта. Именно способность и готовность руководителя обратить внимание на нужды своих сотрудников, корпоративные ценности, позволит компании создать свой уникальный набор благ, который будет нацелен на привлечение и удержание важных сотрудников, на раскрытие их потенциалов, а также на решение актуальных проблем для организации. Поэтому у компаний всегда есть острая

потребность в работе с мотивацией персонала, которая не сводилась бы к примитивному денежному вознаграждению.

Универсальных инструментов нематериальной мотивации не существует, так как они разрабатываются исходя из корпоративной культуры компании, потребностей тех личностей, к которым предстоит применять систему мотивирования. Безусловно, данная уникальность и неповторимость системы не может быть скопирована конкурентами, поэтому разработка и внедрение данной системы полностью зависит от компетенции руководителя.

Таким образом, при внедрении всеобщего менеджмента качества необходимо понимать, что сотрудники любой компании являются самым главным ее ресурсом, а создание оптимальных условий работы, влияющих на их вовлеченность, одной из главных ее целей. Именно поэтому внедрение должно быть основано на управлении вовлеченностью сотрудников. Однако многие руководители недооценивают всей сложности управления данным ресурсом. А ведь именно от того

насколько заинтересован сотрудник в выполнении работы, насколько он вовлечен в рабочий процесс, от того как и насколько используется его истинный потенциал, зависит не только результативность его труда, но и успех всей компании.

Литература и источники:

1. Википедия – материал из свободной энциклопедии. Всеобщий менеджмент качества [Электронный ресурс]. - Режим доступа:

http://wikipedia.org/wiki/Всеобщее_управление_качеством.

2. Малинина О.А. Как успешно провести исследование вовлеченности // Axes group.- 2014. [Электронный ресурс]. - Режим доступа:

<http://axesgroup.ru>.

3. Су Ми Пак Дальгаард, Йенс Дж. Дальгаард. Значение человеческого фактора в создании устойчивого качества, 2004. 14с.

4. Иванов С.В. Управление вовлеченностью сотрудников в процесс непрерывных улучшений // Управление производством.- 2014. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.up-pro.ru/library/production_management/systems/управлениевовлеченносту.html.

ЭВОЛЮЦИЯ ПОНЯТИЯ «ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ КАПИТАЛ»

М.К. Семенова

Научный руководитель – Н.О. Чистякова

Капитал – это совокупность товаров, имущества, активов, используемых для получения прибыли, богатства. В более узком смысле это источник дохода в виде средств производства. Капитал можно определить как накопленный запас продуктов умственного и физического труда, служащий для производственных целей и способствующий как ускорению во времени производственного процесса, так и возрастанию его результатов [1]. Сущность капитала определяется отношениями собственности, которые возникают при общественной востребованности конкретных природных, материальных, информационных, денежных, трудовых и иных ресурсов, необходимых для формирования, использования и развития объектов права в данной социально-организованной экономической системе [2]. Ценность капитала основана на ограниченности ресурсов, необходимых для производства, и праве собственности на эти ресурсы.

В ходе исторического развития появляются новые формы капитала, отличающиеся большим потенциалом и служащие для развития экономики.

В начале XX века конкурентоспособность предприятия во многом зависела от доступа к ограниченному природным ресурсам. В настоящее же время развитие и выживание предприятия перемещается в сферу интеллектуального потенциала. Лидирующие мировые компании достигают успеха за счет инноваций: технологических, управленческих и других. Устойчивое развитие компании во многом зависит от интеллектуальных

и творческих способностей, которыми обладают сотрудники данной организации.

Понятие интеллектуального капитала ввел в научный оборот Дж. Гэлбрейт, который употребил этот термин в письме экономисту М. Калека в 1969 г [3]. Однако широкое распространение данный термин получил только в 1990-х годах благодаря работам Томаса Стюарта. Согласно мнению Стюарта, интеллектуальный капитал обозначал «сумму всех знаний всех работников предприятия, которая предоставляет ему конкурентное преимущество на рынке». При этом под знанием понимались патенты, управленческие навыки, технологии, информация о клиентах и поставщиках, а также опыт.

Не смотря на то, что интеллектуальный капитал как категория обрел широкую известность относительно недавно, его ценность отмечалась и ранее.

Иван Вавилов разделял капитал на невещественный – производительный, и вещественный, который может быть как непроизводительным, так и производительным. К невещественному капиталу можно отнести «средства к физической жизни, телесную силу, ловкость употребления телесной силы, умственный способности, познания, и, наконец, кредит, или приобретенное к себе доверие» [4].

В 1850 году Франтишек Ладислав Ригер посвятил одну из своих работ доказательству ценности и производительности невещественного (духовного) богатства и труда. В России данный труд был выпущен в 1868 году и имел название «О капитале и труде невещественном и их значении и

положении в политической экономии». В данном произведении Ригер доказывал важность для производства личных качеств работников, их компетенций, знаний, а также использование новых открытий и методов производства для получения вещественных богатств. Ригер выделял три уровня применения невещественного капитала и труда в промышленности: 1 – знания, которые могут способствовать развитию производства, полученные ученым или исследователем; 2 – применение полученных знаний в конкретном производстве с учетом его специфики; на этом уровне применяется интеллектуальный (невещественный) капитал предпринимателя. 3 – практическое воплощение разработок ученого и предпринимателя в производстве, осуществляемое работником предприятия [5].

Так, Сергей Юльевич Витте выделял, помимо материальных благ, невещественный капитал: «В отличие от благ материальных, идущих в производство или способствующих ему, т.е. в отличие от вещественных капиталов, блага духовные, выполняющие то же назначение, называют капиталами невещественными. Сюда прежде всего должны быть отнесены знания, на счет которых более всего и следует отнести совершенный уже веками и постоянно совершающийся на наших глазах прогресс в производстве. Затем сюда же относятся личные таланты, ловкость в работе, приобретенное продолжительной деятельностью право на доверие, привилегии на изобретение и пр.» [2] При этом под «правом на доверие» подразумевалась положительная репутация торговых и промышленных фирм.

Таким образом, интеллектуальный капитал можно определить как

совокупность всех знаний, проявляющихся в процессе взаимодействия сотрудников, инфраструктуры, нематериальных активов, культуры и других внутренних переменных организации, и способных приносить прибыль компании и обеспечивать ее конкурентоспособность.

Литература и источники:

1. Макаров В. Интеллектуальный капитал. Материализация интеллектуальных ресурсов в глобальной экономике / В.В. Макаров, М.В. Семенова, А.С. Ястребов; под ред. В.В. Макарова – СПб: Политехника, 2012. – 688 с.
2. Витте С.Ю. Конспект лекций о народном и государственном хозяйстве, читанных его императорскому высочеству великому князю Михаилу Александровичу в 1900-1902 годах. – СПб: Типография акционерного общества Брокгауз-Ефрон, 1912, 588 с.
3. Дудин М. Интеллектуальный капитал россиян — как главный фактор развития экономики и инновационных процессов в РФ / Креативная экономика №1 (13) – 2008.
4. Вавилов И.С. Беседы русского купца о торговле: практический курс коммерческих знаний, излагаемый в С.-Петербурге публично по поручению Императорского Вольного Экономического общества и издаваемый под покровительством одного членом его Фридрихсгамским Первостатейным Купцом Иваном Вавиловым (в 2-х частях). – СПб: тип. Штаба Отдельного корпуса внутренней стражи, 1845 – 1846, 193 с.
5. Ригер Ф.Л. О капитале и труде невещественном и их значении и положении в политической экономии. – СПб: Типография д-ра М. Хана, 1868, 82 с.

ОСОБЕННОСТИ ВНЕДРЕНИЯ КОНЦЕПЦИИ ТОС

А.А. Сергина

Научный руководитель – И.Г. Видяев

Теория ограничений систем (ТОС) была сформулирована израильским физиком Элияху Голдраттом и преподнесена публике в 1984 году в форме бизнес-романа. Книга быстро обрела популярность, так как на ее страницах описывается принципиально новый подход к решению ряда важнейших проблем предприятия, стоящих на пути повышения эффективности его работы.

Целью данного научного исследования является описание алгоритма внедрения ТОС в работу организации. Для достижения поставленной цели необходимо изучить теорию ограничений на основе книги Э. Голдратта, сформулировать основные положения концепции, описать направления преобразований на предприятии при переходе на ТОС и структурировать каждое направление на конкретные действия.

В настоящее время теория ограничений является одной из наиболее популярных и востребованных концепций в менеджменте организации, что отражает актуальность выбранной темы. Данная теория широко используется в управлении, проектировании и организации производства.

Идея теории ограничений заключается в том, что воздействие на небольшое количество факторов системы является наиболее эффективным, чем единовременное комплексное воздействие на все её проблемные области. Цель производственной организации – «делать деньги», причем, по мнению автора, достигать цели необходимо путем увеличения дохода, а не уменьшения расходов. Как известно,

величина получаемой предприятием прибыли тесно связана с его производительностью. Таким образом, организация будет «делать деньги» при достижении этим показателем необходимо минимального уровня и дальнейшем его увеличении. Э. Голдратт подходит к решению данной проблемы с другой стороны: необходимо сосредоточиться не на поиске возможностей увеличить уже существующую производительность, а на определении сдерживающих её факторов или, другими словами, узких звеньев [3].

Узким звеном, согласно автору, является дефицитный ресурс организации, её критическое ограничение. Общая производительность предприятия обуславливается производительностью узкого звена. Допустим, часовой завод выпускает в день 100 стрелок, 50 циферблатов и 2 механизма. Таким образом, в день завод будет выпускать 2 готовых часов. Исходя из этого, автор приходит к логичному выводу, что рост производительности узкого звена ведет к росту производительности всего предприятия [1].

Приоритетной задачей управленца становится совершенствование деятельности организации, которое заключается в работе с критическими ограничениями. Рассматриваемый процесс можно представить в виде нескольких последовательных этапов:

Шаг 1. Поиск ограничений системы

1. Сбор информации для выявления ограничений оптимальным для организации способом: «теоретическим» - посредством изучения документации, отчетности или

«практическим» - путем обратной связи, опираясь на мнение и опыт рабочих и управляющих;

2. Анализ полученной информации и выявление на его основе «проблемных мест»;

3. Изучение найденных узких звеньев: определение существующей проблемы и выявление причин её возникновения.

Шаг 2. Ликвидация ограничений

1. Поиск решений о способах максимизации производительности узких звеньев;

2. Анализ необходимых для преобразований ресурсов: производственные ресурсы, временные затраты;

3. Оптимизация работы ограничений, то есть достижение максимально возможного использования рассматриваемого ресурса

- «разгрузка» узкого звена (перенос работы, выполняемой ограничителем, на не узкое звено);

- увеличение мощности ограничителя;

- увеличение времени выполнения работы ограничителем, исключение простоев.

Шаг 3. Согласование работы остальных частей системы с ритмом работы ограничителя

Оптимальным решением на данном этапе может стать замедление одних частей системы и ускорение других. В результате система должна обеспечивать работу ограничителя с максимальной эффективностью.

Шаг 4. Расширение ограничений системы

Четвертый шаг подразумевает общее увеличение производительности, то есть расширение рамок работы системы, вызванное ликвидацией «тормозящего участка». Достижение поставленной на данном этапе цели можно добиться следующими путями:

- рост производственной мощности (то есть увеличение объема выпуска продукта, оказания услуг или выполнения работ);

- приобретение дополнительных заказов;

- снижение затрат времени на выполнение заказов.

Шаг 5. В случае устранения узкого звена - возвращение к первому этапу

Если рассматриваемый ограничитель перестал быть «узким местом» необходимо вернуться к первому этапу алгоритма и искать новое ограничение. Это позволит непрерывно контролировать возникающие «узкие звенья» системы и с каждым разом поднимать тем самым организацию на новый уровень производительности. Важнейшими задачами менеджера на данном этапе являются контроль над продвижением заказов в потоке и соблюдение сроков заказов [2].

Необходимо помнить, что теоретически «узкие звенья» могут возникнуть в любой функциональной зоне организации, однако чаще всего начинать работу по их устранению приходится с производственного процесса. В рамках использования ТОС, выполнение конкретных задач бизнеса, по мнению автора, возможно в срок от двух до трех месяцев.

Таким образом, теория ограничений – это совокупность управленческих решений по организации производства, проектному управлению, руководству и контролю над подразделениями, а также по генерированию новых стратегических решений.

Рассмотренная методика снабжает организацию инструментами управления, позволяющими найти ответы на три простых вопроса, в которых необходимо разобраться каждому менеджеру для успешного проведения преобразований:

1. Что изменять?

2. На что изменять?

3. Каким образом достичь изменений?

Автор теории считает, что ключ к выполнению каждой поставленной задачи – упрощение ее решения до уровня здравого смысла. Поэтому в основу всех инструментов ТОС он положил управление, основанное именно на здравом смысле, а не на классических постулатах теории управления. Об этом, казалось бы, простом принципе менеджмента, в первую очередь необходимо помнить управленцу при изучении и внедрении концепции ограничений в организацию.

В результате проведенного исследования была рассмотрена теория ограничений и описано пошаговое внедрение концепции в работу предприятия. Необходимо отметить, что данный алгоритм является базовым и требует адаптации под конкретное предприятие. ТОС активно развивается уже на протяжении более тридцати лет. Опыт тысячи компаний по всему миру, принявших её в качестве основного управленческого подхода как к ведению бизнеса в целом, так и к управлению

определенным функциональным подразделением внутри организации, говорит об уникальности данной теории и результативности её внедрения.

Литература и источники:

1. Акимов К. «Управление крупным промышленным предприятием с помощью теории ограничений» [Электронный ресурс] // ТОС центр: здравый смысл решений. 2007. – Режим доступа: http://www.toc-center.ru/library/articles/big_plant_on_TO_C.html
2. Детмер У. «Теория ограничений Голдратта: системный подход к непрерывному совершенствованию». – М.: Альпина, 2008.
3. Голдратт Э. М., Джеф К. «Цель. Процесс непрерывного совершенствования». – М.: Попурри, 2009.
4. Петрова Ю. «Холодильник по Голдратту» [Электронный ресурс] // ТОС центр: здравый смысл решений. 2008. – Режим доступа: http://www.toc-center.ru/library/articles/holodilnik_po_goldrattu.html

АЛГОРИТМ ВНЕДРЕНИЯ БЕРЕЖЛИВОГО ПРОИЗВОДСТВА

А.А. Сергина

Научный руководитель – И.Г. Видяев

В наши дни главная задача каждого предприятия не просто выжить в тяжелых условиях конкуренции и финансовых кризисов, но и продолжать свое развитие, непрерывно совершенствовать процесс производства и его организацию. Именно поэтому все большее количество как зарубежных, так и российских компаний обращаются к изучению бережливого производства. Цель данной статьи - разработать основные этапы внедрения системы Lean и рассмотреть возможные изменения в процессе производства, вызываемые применением системы.

Почему же руководители компаний, поставившие перед собой цель оптимизировать свой бизнес, приступают к рассмотрению методов бережливого производства? С одной стороны, концепцию делает востребованной наличие описывающей её теоритической базы, представленной в популярных книгах таких авторов, как Таити Оно, Масааки Имаи, Майкл Л. Джордж, Джеффри Лайкер, Дэвид Майер и других. С другой стороны, существует наглядный пример применения концепции на производстве - компания Тойота, которая даже во времена кризисов сохраняет лидирующие позиции на рынке, никогда не изменяя своим принципам.

Бережливое производство представляет собой современную концепцию управления предприятием, основой которой является устранение всех видов потерь в процессе производства. Отправная точка этого подхода – определение ценности продукта для конечного потребителя (на каждом этапе создания продукта). В свою очередь, главная задача - устранение всех действий, которые

потребляют какие-либо ресурсы, но при этом не увеличивают ценность продукта для конечного потребителя, другими словами – процесс непрерывного устранения потерь. Таити Оно, основоположник концепции, выделил 7 видов потерь при производстве (например, потери из-за перепроизводства, потери времени из-за ожидания и другие). [3; с. 54]

На данный момент существует множество алгоритмов внедрения системы Lean на производство (таких авторов, как Джеймс Вумек, Деннис Хоббс и других), но каждый из них имеет как преимущества, так и недостатки. После изучения их сильных и слабых сторон, был составлен наиболее оптимальный, доступный для понимания и осуществления алгоритм:

1. Найти проводника перемен (т.е. лидера, заинтересованного в наиболее продуктивных результатах применения системы), обучить команду технике бережливого производства
2. Определить реальные потребности клиентов (т.е. выпускать только ту продукцию и в таком количестве, которое необходимо конечному потребителю)
3. Детализировано описать все действия, необходимые для преобразования сырья и информации в готовую продукцию (за счет этого можно идентифицировать выполнение лишних действий, определить потенциальные возможности для улучшения процессов)
4. Перестроить действия в цепочке производства (исключая лишние) таким образом, чтобы они представляли собой единый поток работ, т.е. устранить ожидания между операциями, простои

5. Стремиться к устранению потерь везде, где возможно. На протяжении последующей производственной деятельности организации совершенствоваться за счет постоянного сокращения ненужных действий

Первоначально концепция бережливого производства применялась только на автомобильных заводах, однако со временем этот подход был адаптирован к различным отраслям производства. Сейчас применение системы Lean можно встретить в таких сферах деятельности как логистика, банковские услуги, торговля, строительство, образование, нефтедобыча и многих других. Несмотря на то, что в каждой отрасли концепция претерпевает некоторые изменения, итог её применения всегда остается неизменным: происходит существенное увеличение эффективности работы и уменьшение потерь.

В заключении хотелось бы обратиться к статистическим данным. Мировой опыт показывает, что в результате внедрения системы Lean происходит рост производительности труда на 35-70%, сокращение времени

производственного цикла на 25-90%, сокращение брака на 58-99%, а главное, компания экономит до 10% годового оборота за счет сокращения издержек [2]. Мы считаем, что каждый руководитель, стремящийся к совершенствованию своей компании, должен знать суть концепции бережливого производства и, при отсутствии прогресса в её деятельности, начать внедрять основные принципы системы на своем предприятии.

Литература и источники:

1. Вумек Дж., Джонс Д. Бережливое производство: Как избавиться от потерь и добиться процветания вашей компании. М.: Альпина Пабlishер, 2013. – 472 с.
2. Дайджест лин-новостей [Электронный ресурс]. URL: <http://ps-rosatom.ru/publicacii/digets/itemlist/tag/лин.html> (Период публикации: 12-16.12.2011 года).
3. Оно Т. Производственная система Тойоты. Уходя от массового производства: пер. с англ. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Институт комплексных стратегических исследований, 2006. – 208 с.

КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ

Д.М. Сухопаров

Научный руководитель – Н.А. Гаврикова

Понятие ориентация на клиента «customer-oriented» появилось в мире уже очень давно, с появлением торговли продавцы стали задумываться о том, как сделать так, что бы товар, работа или услуга пользовались спросом на рынке, на наш взгляд, именно тогда и появился такой термин как клиентоориентирование.

Быть ориентированным на клиента - значит ставить его интересы и потребности в приоритет целей своей организации, клиентоориентированность - это умение организации своевременно выявлять потребности, индивидуализируя каждое предложение клиента, как внутреннего, так и внешнего, и эффективно удовлетворять их.

Сегодня же клиентоориентированию уделяется достаточно много внимания, как специалистами-практиками, так и учеными многих стран, потому что это один из главных методов выиграть борьбу у своего конкурента и сохранить конкурентные позиции на рынке.

Традиционно, управление клиентоориентированностью – это задачи маркетинга. Мы рассмотрим, каким образом клиентоориентированность проявляется в управленческих процессах.

На сегодняшний момент существуют различные клиентоориентированные подходы, которые позволяют управлять отношениями с контрагентами (клиентами), проводить мониторинг потребителей и рынка, поддерживать и развивать наиболее ценных и значимых клиентов, выводить из системы тех, кто является балластом для компании и обновлять систему новыми

продуктивными связями. Таким образом, клиентоориентированный подход рассматривает клиентов, как основной ресурс организации, обеспечивающий ее прибыльность, эффективность и конкурентоспособность на рынке.

Данные подходы осуществляются с помощью соответствующих клиентоориентированных технологий управления. С точки зрения управленческих технологий – такого термина нет. Мы предлагаем понимать под *клиентоориентированными технологиями управления* следующее – это система мероприятий и операций, выполняемых руководителями, специалистами и техническими исполнителями в определенной последовательности, с использованием необходимых методов и технических средств, что бы обеспечить оптимальное соотношение между степенью удовлетворенности клиентов и финансовым результатом организации.

Для отнесения управленческих технологий к категории клиентоориентированным, они должны удовлетворять следующие условия:

- Обеспечивать оптимизацию сроков изготовления продукции, выполнения работ, услуг;
- Обеспечивать удовлетворенность клиента в таких показателях как: цена, качество, сервис;
- Способствовать созданию системы лояльности;
- Обеспечивать предоставление информации клиентам о стадии прохождения запроса;
- Обеспечивать сокращение себестоимости продукции;

- Способствовать оптимизации процесса обслуживания клиента;

- Способствовать сокращению сроков поставки продукции.

Ориентируясь на эти условия, нами выделены следующие виды клиентоориентированных технологий управления, такие как:

- *Бережливое производство* - основой бережливого производства является устранение потерь, которые связаны различными процессами деятельности организации. Устранение потерь осуществляется путем пересмотра и оптимизации, различных процессов и устранения в них, каких либо действия, которые не являются обязательными и не увеличивают ценность продукции для потребителя. Клиентоориентированность обеспечивается за счет оптимизации сроков изготовления продукции, выполнения работ, услуг, сокращение сроков поставки продукции, оптимизации процесса обслуживания клиентов.

- *Система менеджмента качества* - это совокупность, методик, процессов, ресурсов, правил, которые необходимы для руководства качеством. Она направленно на улучшение деятельности организации, для повышение уровня конкурентоспособности на различных рынках, как внутреннем, так и внешнем. Клиентоориентированность обеспечивается за счет удовлетворенности клиента в таких показателях как: цена, качество, сервис.

- *Система CRM* - это специальное компьютерное программное обеспечение, набор приложений, автоматизирующих процессы взаимоотношений компании с клиентом и позволяющих хранить, обрабатывать и собирать информацию о нем. Она ориентирована на поддержку контактов со своими клиентами и на пользование этими данными о клиентах в своих целях. Клиентоориентированность

обеспечивается за счет создания системы лояльности, предоставление информации клиентам о стадии прохождения запроса.

- *Реинжиниринг* - это полное переосмысление, реструктуризация каких либо деловых процессов, которое направленно на резкое, скачкообразное улучшение деятельности организации, а точнее определенных показателей, таких как цена, качество, сервис и т.д. Клиентоориентированность обеспечивается за счет удовлетворенности клиента в таких показателях как: цена, качество, сервис.

- *Теория ограничения* - в основе данной теории лежит обнаружение и управление основными ограничениями системы, которые определяют успех и эффективность всей системы в целом. Особенностью этой теории является то, что выполняя усилия над очень маленьким количеством звеньев системы, достигается такой результат, который намного сильнее, если бы мы одновременно воздействовали на все проблемные области системы одновременно.

Клиентоориентированность обеспечивается за счет сокращение себестоимости продукции.

Данные технологии дают возможность выйти компаниям на новый уровень, снизить риски которые непосредственно связаны с противостоянием и борьбой за клиента среди других организаций различных сегментов. От использования данных технологий выигрывает не только организация, которая производит продукция и выполняет работы, услуги, но и потребитель, что само собой положительно сказывается на организации, на ее прибыльности, рентабельности и конкурентоспособности.

Литература и источники:

1. Стукалов Д. Бережливое производство. Вводный курс.

[Электронный ресурс]. – Режим доступа:

http://www.leanzone.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=114:berezhlivoe-proizvodstvo-vvodniy-kurs&catid=38&Itemid=90/ (дата обращения: 13.11.13)

2. ГОСТ ISO 9000-2011. Система менеджмента качества. Основные положения и словарь. [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

<http://planetahr.ru/publication/4151/> (дата обращения: 14.11.13)

3. Клиентоориентированность.

[Электронный ресурс]. – Режим доступа:

<http://planetahr.ru/publication/4151/> (дата обращения: 14.11.13)

7.

4. Баринов А. В. Реинжиниринг: сущность и методология. [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

<http://www.ippnou.ru/article.php?idarticle=002369/> (дата обращения: 12.11.13)

5. Голдраг Э. Теория Ограничений. [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

http://samlib.ru/s/stepenko_a_o/toc.shtml/ (дата обращения: 14.11.13)

6. Ходак Е. CRM – технология взаимодействия с клиентами. [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

<http://www.norbit.ru/press/articles/crm/701.html/> (дата обращения: 12.11.13)

УПРАВЛЕНИЕ ИЗМЕНЕНИЯМИ

О.А. Трубочева

Научный руководитель – И.Г. Видяев

*Люди ненавидят перемены,
но это единственный двигатель прогресса.
Чарльз Кеттеринг*

Ключевой вопрос, с которым сегодня сталкиваются компании, - это эффективное управление изменениями. Организации, чтобы выжить на рынке должны быстро адаптироваться к изменениям внешней среды. Если у организации не получается провести необходимые изменения, то ей приходится платить за это очень высокую цену. Так, например, в 90-е гг. XX века из списка двадцати лучших компаний Европы в течение пяти лет исчезли пятнадцать компаний, не пожелавших заметить и принять к сведению изменения во внешнем окружении [1].

Управление изменениями является неотъемлемой функцией современного менеджмента. Акцент делается на различных изменениях, которые несут с собой прогрессивное управление организацией.

Управление изменениями – не только наука, но и искусство. Менеджер, ориентирующийся на оптимистическое будущее организации, должен быть подготовлен к ситуациям непрерывных изменений, так как скорость развития общества стремительно нарастает. Необходимо тренировать гибкость мышления, развивать интуицию и деловое чутье к инновациям, уметь быстро и эффективно «вычислять» игроков той или иной ситуации и разрешать ее в соответствии с балансом интересов участников [2].

Управление изменениями является одним из ключевых факторов успешного внедрения системы качества

и развития организации в целом. Поэтому с самого начала работ, необходимо понимать какие изменения могут происходить в организации и как ими управлять. Управление изменениями позволит контролировать процесс развития организации и корректировать ход проекта по внедрению СМК.

С момента начала внедрения системы качества в организации начнется процесс изменений. Изменения будут происходить постоянно и по ходу всего проекта внедрения СМК, и по его завершении. Этот процесс необходимо контролировать, т.к. бесконтрольные изменения могут затормозить внедрение системы или вообще привести к краху проекта.

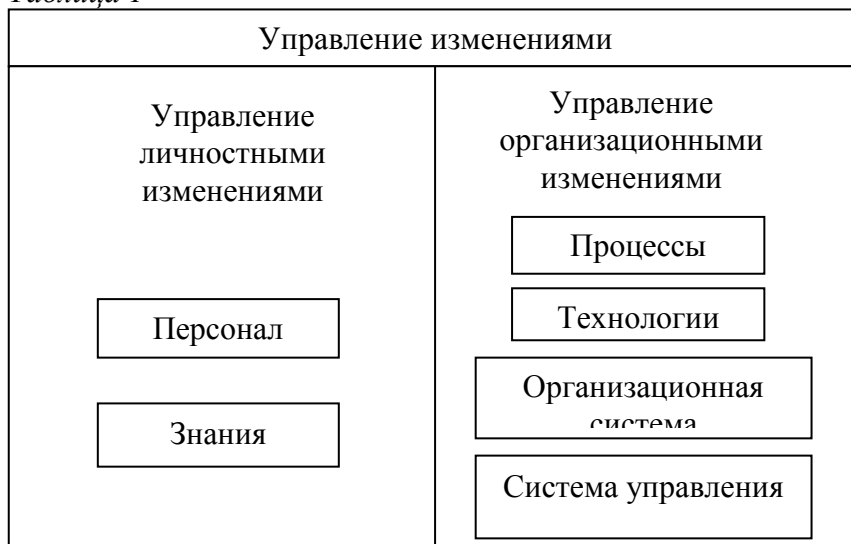
На начальных этапах изменения могут быть малозаметными и несущественными, но по ходу развития проекта их объем и количество будут возрастать, и вовлекать в процесс изменений все большее число людей. Менеджмент качества «проповедует» эволюционный подход к развитию организации, поэтому управление изменениями должно строиться на основе принципов кайдзен: большое количество малых изменений по всем направлениям деятельности приводит к существенному улучшению работы организации в целом.

При внедрении СМК, управление изменениями будет затрагивать такие основополагающие элементы организации как: персонал, процессы, технологии, организационную систему

(структура, ответственность, взаимосвязи), корпоративные знания, различные системы управления и пр. Управление изменениями этих элементов строится на основе единых принципов, но с применением разных методов и подходов.

Управление изменениями элементов, связанных с персоналом и корпоративными знаниями, необходимо выстраивать на основе социально-психологических подходов. Такое управление изменениями можно назвать управлением личностными изменениями.

Таблица 1



Управление изменениями элементов, связанных с организационной структурой, процессами, технологиями, системами управления и т.п. должно строиться на основе подходов проектного управления. Такое управление изменениями можно назвать управлением организационными изменениями.

Управление изменениями на личностном уровне.

Система качества это система, ориентированная на людей. За счет управления изменениями необходимо сделать так, чтобы люди начали работать по новому, чтобы они изменили привычные для себя методы работы. Здесь система качества наталкивается на психологические и социальные вопросы управления изменениями в поведении людей. Если удастся изменить поведение людей, удастся мотивировать их выполнять свою работу в соответствии с новыми

правилами, тогда начнут происходить изменения и в отдельных подразделениях, и в организации в целом. В этом случае можно говорить о том, что система качества начала работать, и она внедрена в организации.

Система качества охватывает три составляющих личностных изменений: индивидуальную, коллективную, организационную.

Индивидуальная составляющая подразумевает изменение в работе каждого отдельного сотрудника.

Изменения индивидуальной составляющей происходят в несколько этапов, которые связаны с отношением сотрудника к проводимым изменениям.

На первом этапе происходит осознание сотрудником необходимости изменений. Далее возникает изменение отношения сотрудника к требованиям системы качества. На последнем этапе сотрудник принимает изменения и начинает их осуществлять в своей работе.

Когда люди работают в привычной для себя среде, они не очень хотят что-либо менять. Поэтому, как правило, первой реакцией сотрудников на предлагаемые методы системы качества будет реакция сопротивления. Управление изменениями, связанными с индивидуальной составляющей, приводит к тому, что сотрудники перестают воспринимать предлагаемые изменения в работе как негативный фактор и принимают изменения. Психологически они становятся готовы работать по процессам и процедурам системы качества.

Следующая часть личностных изменений связана с изменениями коллективной составляющей. В процессах, которые определены в системе качества, принимает участие не один человек, а группы сотрудников. Естественно, что не все они одновременно начинают работать по-новому. Для этого должно пройти время. Коллективная составляющая подразумевает изменения во взаимоотношениях между сотрудниками.

Организационная составляющая личностных изменений предполагает изменения в культуре производства. Общий уровень культуры производства возрастает и у сотрудников организации возникает потребность создавать корпоративные знания и управлять ими. Эта составляющая личностных изменений формирует в организации систему наставничества, обмен опытом и знаниями между различными сотрудниками и коллективами.

Как правило, изменения индивидуальной и коллективной составляющей происходят в период внедрения системы качества, а организационная составляющая затрагивается уже по ходу развития системы качества.

Управление организационными изменениями.

Управление организационными изменениями предполагает проведение изменений не связанных с изменением поведения и сознания людей. К таким видам изменений могут относиться изменения в процессах, системах, организационной структуре, должностных ролях и т.п. Таким образом, управление организационными изменениями концентрируется на технической стороне проводимых в организации изменений.

Управление организационными изменениями более формализовано и структурировано, чем управление изменениями на личностном уровне. Этот вид управления изменениями выстраивается в соответствии с подходами и методами управления проектами. Тем не менее, оба этих вида изменений всегда осуществляются совместно, т.к. невозможно проводить организационные изменения без изменения в поведении сотрудников. И наоборот, изменения в поведении сотрудников всегда будут приводить к организационным изменениям [3].

Изменить – значит сделать иным, переменить что-нибудь прежнее, внести поправки в существующее. Изменчивость, как разнообразие признаков и свойств, присуща всем живым организмам, материальным объектам, нематериальным образованиям и мыслительным конструкциям.

Литература и источники:

1. Кожевина О.В. Управление изменениями: Учеб. Пособие – М.: Инфар-М, 2012.- 148с.
2. Мильнер Б.З. Теория организации / Б.З. Мильнер. – М.: Инфар – М, 2008. – 864с.
3. «Управление изменениями» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.kpms.ru/> (Дата обращения 10.01.2015).

УПРАВЛЕНИЕ СОПРОТИВЛЕНИЯМИ В ОРГАНИЗАЦИИ

О. А. Трубочева

Научный руководитель – И.Г. Видяев

При появлении организационных изменений неизбежно возникает сопротивление изменениям. Сопротивление изменениям, пожалуй, одна из ведущих проблем управления изменениями, оно естественно и его следует ожидать. Сопротивление – это сознательные действия или бездействие человека, направленные на затягивание принятия и реализации тех или иных решений в организации. Остановимся подробно на методах, которые помогут решить затруднения, связанные с данной проблемой.

Руководитель может прибегать к различным методам решения проблемы: это и денежные поощрения и словесная мотивация, программные обучения и многое другое, но всегда эти методы применяются в правильном и верном порядке. Эффективность методов управления напрямую зависит от ситуации в компании. Теперь более подробно поговорим, о том, как выбрать оптимальный метод управления сопротивлениями.

Степень согласия

Прежде чем переходить к реформам, нужно понять, насколько совпадают ожидания сотрудников, ценности и приоритеты, чего они ждут от своей работы и на какие уступки готовы пойти ради этого? Также необходимо узнать, понимают ли сотрудники, что необходимо сделать, для того чтобы добиться желаемого результата.

Схема «Модели согласия» делится на четыре сектора. К первому сектору относятся организации сотрудники, которых одинаково представляют будущее – их видение о том, для чего они работают в компании, совпадают, несмотря на то, что они по-

разному видят, что нужно сделать, для достижения поставленных целей.

Ко второму сектору относятся компании, которые заключают договора с независимыми подрядчиками. Этим сотрудникам, безразличны цели компании, они просто следуют указаниям руководства.

Третий сектор включает в себя компании, сотрудники которых одинаково понимают, что именно они хотят, и каким способом этого добиться. Сотрудники организации довольны тем, что имеют, и не хотят ничего менять. Мнение о том, как сохранять порядок, совпадает.

И в четвертом секторе оказываются компании, где у сотрудников нет единого мнения ни по одному вопросу.

Лучшей позиции в данной схеме нет. Для того, чтобы сотрудники поддержали изменения, лидеру необходимо понимать к какому сектору относится его компания. Методы, подходящие в одном секторе, в другом могут подвести [1].

От согласия к сотрудничеству

Методы, которые используют руководители для достижения целей можно разделить на четыре категории: силовые, управленческие, лидерские и «культурные». Остановимся на каждом методе подробнее.

Силовые методы. Если сотрудники не могут прийти к согласию во время работы, объединить их можно только приказом и принуждением. **Джейми Даймон**, глава **J.P. Morgan Chase**, действовал именно такими методами во время слияния банка с **Bank Ony**. Даймон был уверен, что оклады руководителей завышены, и сказал об этом каждому топ - менеджеру.

Оклады своих сотрудников он сократил примерно 20-50%. В компании присутствовало много различных ИТ - систем - Даймон принял решение перейти на единую систему и сказал сотрудникам ИТ - отдела, что у них есть полтора месяца, иначе он сделает это сам.

Эти методы также можно комбинировать с переговорами и премиальными выплатами, но только тогда, когда есть согласие по вопросам. Иначе даже денежные выплаты не спасут положение.

Силовые методы как никогда эффективны, когда у сотрудников нет согласия, но не всегда руководитель может их применять, ему может не хватать власти для решения проблем такими методами.

Управленческие методы основаны на координации рабочих процессов, это и обучение персонала и разработка и создание методик. Данные методы подходят для таких компаний, где сотрудники единодушны в своих действиях, но свои личные цели и ценности понимают по-разному.

Лидерские методы нацелены на результат, нежели на процесс. Они действуют, до тех пор, пока изменения не начинают противоречить личным целям сотрудников. И причем способов согласия между ними может и не быть.

В декабре 1995 года **Билл Гейтс** отправил по электронной почте топ - менеджерам **Microsoft** меморандум «Наступление эры интернета», в котором объяснял: чтобы Microsoft всегда была первой в индустрии ПО (а именно этого и хотели его сотрудники), нужно понимать, что развитие интернета определит будущее отрасли. Поэтому программа, позволяющая работать во всемирной паутине, является главным приложением для пользователей - браузер становится частью операционной системы. Предложение Билл Гейтса сотрудники

Microsoft не поддерживали, но разработчики Internet Explorer положительно отреагировали на его письмо и приступили к разработке: они обошли лидирующую на рынке компанию **Netscape** и завоевали почти весь рынок браузеров.

Но если для такой компании как Microsoft такие лидер вдохновляют сотрудников, то сотрудники других компаний могли отнестись к этой идее равнодушно и даже скептически. Когда команда вместе хочет достичь поставленной цели, они с удовольствием слушают своих лидеров и вдохновляются их предложениям. Но когда у сотрудников разные цели, то никакая мотивация не заставит их идти за лидером [3].

«Культурные» методы. Когда в организации сотрудники одинаково понимают, что именно они хотят и какими способами будут этого добиваться, чтобы дальше покорять вершины, распоряжение руководителей они будут выполнять практически, безусловно. Именно в таких компаниях возможны различные способы управления.

Но такая сила компаний может стать их слабостью – может возникнуть сопротивление новому. Культурные методы – неписанные правила и традиции не помогают при изменениях, сплотивая людей, они только поддерживают устоявшиеся порядки. Сотрудники компаний с сильной корпоративной культурой вряд ли поддержат стратегию, которая противоречит их общему пониманию целей компании.

Что могут - и не могут – руководители

В ранее рассмотренной «модели согласия» в каждом секторе есть определенные проблемы. Положение компании обусловлено ранее достигнутыми целями, и тем, на каком этапе жизненного цикла она находится. В начинающих компаниях основатели

сами расставляют приоритеты и определяют план действий. Когда сотрудники разрабатывают методы, которые приводят к успеху, у них складывается общий взгляд на действия способствующие достижения желаемого результата. Также по мере развития компании, сотрудники, которые принимают методы работы руководства, продвигаются по карьерной лестнице. Успех, т.о., порождает согласие относительно целей и средств и продвигает организацию в сектор согласия по обоим вопросам.

И наоборот, кризис и неудача могут разрушить достигнутые результаты. Во время кризиса люди не уверены в своих поступках и решениях, единого мнения уже может и не быть. Руководители, которые в кризис применяют силовые методы, нацеливают сотрудников на спасение компании, для этого у них имеется четкий план действий.

Создание кризисной ситуации один из любимых приемов теоретиков – они часто рекомендуют их руководителям, поскольку кризис объединяет людей. У этого подхода есть много плюсов, но его не просто воплотить в жизнь. Что если генеральный директор примет решение направить компанию в новом направлении, когда дела идут хорошо? Что если в компании сильна корпоративная культура?

По мнению О.С. Виханского и А.И. Наумова, люди опасаются, что изменения в организации могут затронуть их работу, положение и статус в организации. Поэтому они сопротивляются изменениям, чтобы не попасть в непонятную для них

ситуацию, в которой многое придется иначе, недели они привыкли [2].

Допустимым уровнем сопротивления переменам считается, когда:

- 30% сотрудников поддерживают перемены;
- 50% не определяют своего отношения или остаются нейтральными;
- 20% выступают против перемен и делают все возможное, чтобы помешать их осуществлению.

Бесконфликтное внедрение изменений невозможно, это скорее исключение, чем правило. Сопротивление включает в себя любые поступки работников, которые мешают осуществлению перемен в компании. Методы преодоления сопротивления являются неотъемлемой частью работы руководства. От этого зависит дальнейшее развитие компании. Набор таких методов различен, и прежде чем их использовать, необходимо проводить анализ, сложившийся в данной ситуации, учитывая цели, задачи, сроки, характер изменений.

Литература и источники:

1. Виссема Х. Стратегический менеджмент и предпринимательство: возможности для будущего процветания / Х.Виссема: Пер. с англ. – М.: ФИНПРЕСС, 2000. – 272 с.
2. Виханский О.С. Менеджмент / О.С. Виханский, А.И. Наумов. – М.: Магистр: ИНФРА-М, 2010. – 576 с.
3. «Арсенал преобразователя: кому кнут, а кому пряник» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.smart-edu.com/> (Дата обращения 10.01.15).

МЕНЕДЖМЕНТ ИННОВАЦИЙ

ИННОВАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА ЗА РУБЕЖОМ И В РОССИИ

П.К. Базырин

Научный руководитель – Е.Ю. Калмыкова

Наблюдения за тенденциями развития инноваций в мире началось много лет назад и продолжаются по настоящее время. Именно по опыту других стран каждая из последующих анализирует свои возможности и определяет дальнейшую инновационную политику. Так зарубежный опыт показывает, что можно получить мировое господство не имея газ, нефть, лес и другие природные ресурсы.

В данном докладе мы сравним и проанализируем инновационную деятельность некоторых зарубежных стран и России.

По уровню научно-технического потенциала и инновационных технологий лидирующее положение в мире занимают США. Основной задачей государственной политики является усиление связи науки и техники. Большое внимание и финансирование уделяется на такие исследования и разработкам, которые способны создать новые производства и перестроить прежние. США применяет различные стимулы для активного привлечения инвестиций в науку, например, использование налогового кредита на НИОКР. Многие федеральные научно-исследовательские и опытно-конструкторские разработки

осуществляются негосударственными организациями. Государство заключает с промышленными фирмами контракт на инновационные разработки. Широкое использование грантов и контрактов является ключевым в инновационной политике США. Через них правительство обеспечивает ведущие научно-исследовательские организации и ученых работой. Кроме того в США большое внимание уделяется исследовательским университетам. Их исследовательская деятельность осуществляется за счет источников финансирования федеральных и местных бюджетов, грантов, благотворительных и попечительских фондов, а также от учебной, исследовательской, производственной и консультационной деятельности. Все это делает США более гибкой по сравнению с другими странами, которые в основном для научных разработок используют только государственные лаборатории и институты.

Японская инновационная политика значительно отличается от американской. Правительство Японии занимается несколькими направлениями финансирования собственной научно-исследовательской базы, а скупкой нововведений на последней дорыночной

стадии, где уже известно о потенциальном рынке сбыта. Японии остается лишь доработать нововведение и запустить в производство. Для этого государство приобретает патенты, приглашает высококвалифицированных иностранных специалистов, заключает лицензионные соглашения с зарубежными странами, приобретается современное оборудование.

Основное преимущество Японии достигается за счет сжатия срока инженерно-конструкторских разработок, производственного освоения и качественного превосходства выпускаемой продукции. Это позволяет им не отставать, а иногда даже опережать других на выход на другие рынки.

С недавних пор министерство Японии стало направлять свои усилия на собственные фундаментальные и прикладные исследования, а также поддерживать исследовательскую деятельность. Это позволит Японии превратиться из страны импортера лицензий в их экспортера.

При наличии достаточно высокого научно-технического потенциала, Россия очень сильно отстает от мировых лидеров. Специфика сложившейся ситуации заключается в том, что НИОКР слабо ориентирован на развитие производства и других сфер деятельности.

Основные трудности в реализации инновационного потенциала России связаны с нехваткой основных средств у организаций, ограниченностью бюджетного и внебюджетного финансирования. В настоящее время почти половина ВВП России создается за счет экспорта сырья. Машиностроение, электроника и другие высокотехнологичные отрасли очень сильно отстают от зарубежных конкурентов. Также трудность перехода инновационной политика связано с

кризисом российской науки. Которое проявляется в низком качестве образования, сокращение численности молодых научных исследователей, в результате эмиграции их в другие страны. Происходит старение научного общества.

Несмотря на все эти проблемы в России, за последние десять лет, созданы реальные предпосылки к переходу экономики на инновационный путь развития. В настоящее время для развития инновационных процессов уже созданы технопарки, бизнес-инкубаторы. В Москве создан современный научно-технологический инновационный комплекс «Сколково» по разработке и коммерциализации новых технологий, разработаны программы финансовой поддержки предприятиям, действует Российский фонд технологического развития, Федеральный фонд производственных инноваций и тд.

В регулирование и стимулирование инновационной деятельности главная роль отводится государству. Функции государства заключаются в создании благоприятных условий для развития инноваций. Основы государственной инновационной политики изложены в концепции федеральной целевой программы "Исследования и разработки по приоритетным направлениям развития научно-технологического комплекса России" на 2014-2020 годы, где основным направлением государственной инновационной политики является:

1. формирование и совершенствование законодательной базы для обеспечения развития инновационных процессов;
2. развитие экономического стимулирования инновационной деятельности на предприятия;

3. формирования инновационной инфраструктуры;

4. создание благоприятного климата для создания малых инновационных предприятия и пр.

Анализ инновационной политики ведущих стран мира показывает, что основа их лидерства строиться на генерации, распространение и использование знаний. Для России государственное регулирование инновационных процессов является основным источником успешного развития инновационной политики. Только при согласовании законодательных, административных, финансово-экономических решений и действий позволит России занять лидирующие позиции в мире.

Литература и источники:

1. Генезис инновационной экономики в России / Под ред. С. Г. Ерошенкова.– М.: МАКС Пресс, 2009. – 888 с.

2. ИННОВАЦИИ В МИРЕ. Интересные события в науке и технологиях Выпуск № 17: // [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.nif.kz/pdf/Daidjest/Daidjest17.pdf> (дата обращения 19.11.2014).

3. Инновации и развитие бизнеса в США – коммерциализация изобретений: Статья // [Электронный ресурс] / Режим доступа:

<http://www.innoros.ru/publications/interesting/12/innovatsii-i-razvitie-biznesa-v-ssha-kommertsializatsiya-izobretenii> (дата обращения 19.11.2014).

4. Российский фонд технологического развития: // [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.rftr.ru/> (дата обращения 29.11.2014).

ИННОВАЦИИ НА ПРЕДПРИЯТИИ КАК КОНКУРЕНТНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО

Г.А. Безрукова

Научный руководитель – Т.Б. Якимова

Конкурентные преимущества лежат в основе обеспечения конкурентоспособности предприятия в условиях рыночной экономики. Одним из таких преимуществ является инновационная деятельность предприятия.

В современном быстро развивающемся мире инновации, как эффективное средство конкурентной борьбы, ведут к формированию новых потребностей, обеспечивают снижение себестоимости продукции, способствуют притоку инвестиций, содействуют повышению имиджа компании, а также помогают продвинуться продукции на новые рынки сбыта, как внутренние, так и внешние. Именно поэтому активные внедрения инноваций в производство являются источником конкурентоспособности предприятий. Инновационными являются только такие предприятия, на которых результаты научных разработок и исследований, также научно-технических достижений превращаются в совершенно новый продукт, новый технологический процесс, используемый в деятельности человека [2, с.131]. Собственно же, инновация – это результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде нового или усовершенствованного продукта, реализуемого на рынке (то есть продуктовая инновация), или в виде нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности (то есть процессная инновация).

В последние десятилетия мировая экономика достоверно показывает, какую значительную роль в развитии конкурентных преимуществ предприятий и в целом стран сыграли инновации, обеспечив наибольшую конкурентоспособность лидерам инновационных процессов. Поэтому очень важно для каждого предприятия правильно определиться с приоритетным направлением инновационной деятельности. Разные по деятельности компании добиваются конкурентных преимуществ с помощью различных инноваций. Для этого одни изобретают новейшие методы, чтобы сформировать конкурентоспособность, другие – стараются найти верные способы конкурентной борьбы, используя старые. Например, на промышленных предприятиях часто применяются новые методы и способы производства, либо усовершенствуются старые. Инновации могут выражаться в новом дизайне или свойствах товара, в новом производственном процессе и улучшенной технической оснащенности, в новом маркетинговом шаге или в новой методике повышения профессиональной квалификации работников. В настоящее время для многих компаний качество товара превратилось в конкурентную необходимость, в результате которой выживают лишь те компании, которые дают высшее возможное качество. Мощным инструментом позиционирования и дифференциации на рынке товаров становится их дизайн. Компании с мировым именем давно поняли, насколько важны инвестиции в дизайн, которые всегда окупают себя. Так, компания Nike имеет в штате 60

дизайнеров и ежегодно выпускает около 500 моделей спортивной обуви. Прежде всего, эта обувь предназначена для рынка молодежного ассортимента. Также имеют высокие доходы благодаря дизайну своих товаров и некоторые другие компании, например, Sony (их товар – аудиоаппаратура имеет класс Hi-Fi), Philips (выпускает проигрыватели компакт-дисков и разнообразные модели электробритв), Ford (славится качеством автомобилей) или Swatch (часы имеет высокий спрос). Достаточна, известна и дифференциация товаров, если присутствуют отличия в дизайне. Например, такие товары, как часы Rolex, автомобили Porsche, несомненно, имеют отличительные черты по сравнению с товарами себе подобными. Тщательно продуманный дизайн привлекает внимание, способен улучшить характеристику товара, снизить себестоимость и дать товару значительное преимущество перед конкурентами.

В инновационный процесс часто вводятся идеи, даже не являющиеся «новыми» - идеи, которые буквально «витали в воздухе», но не применялись целенаправленно [1]. Повышение квалификации и приобретение новых знаний, укрепление репутации торговой марки – все это требует достаточных серьезных финансовых вложений. Почти все инновации предполагают конкурентные преимущества, при этом появляются принципиально новые благоприятные возможности на рынке, что позволяет заполнить и такие сегменты рынка, на которые конкуренты не обращают внимания.

Выделяют несколько видов инноваций. По типу новизны для рынка инновации делятся на:

- новые для одного предприятия (группы предприятий);
- новые для отдельной отрасли в стране;
- новые для отдельной отрасли в мире.

По месту инноваций на отдельном предприятии различают:

- инновации «на входе» предприятия (изменения происходят в выборе материалов, сырья, оборудования и машин, информации и т.п.);
- инновации «на выходе» предприятия (товары, изделия, технологии, услуги, информация и др.);
- инновации системной структуры предприятия (изменения в управленческой, технологической и производственной структуре).

В зависимости от того, насколько глубоко вносимые изменения, инновации бывают:

- радикальные (или базовые);
- улучшающие;
- модификационные (или частные).

Инновации одного предприятия достаточно часто создают для него конкурентные преимущества, если другое предприятие-конкурент реагирует медленно на изменение рыночных процессов. Среди причин отставания конкурентов может быть организационная структура предприятия (не хватает регламентации процессов), а также недостаток денежных средств и новых идей. Например, в машиностроении и бытовой электронике компании Японии смогли добиться конечных преимуществ за счет особенного внимания к имеющим небольшие размеры компактным моделям и расходуемым меньше энергии. Их конкуренты не брали в расчет эти

параметры, считали такие модели менее выгодными и не имеющими большого значения.

При внедрении каких-либо новшеств в деятельность предприятия и внесении улучшений большое значение имеет информация, недоступная конкурентам. В некоторых случаях инновации могут стать результатом изучения развития рынка или результатом вложений в научные исследования. Нередко инновации появляются как результат целенаправленных действий и поиска верных решений без использования шаблонов в деятельности [4, с.90]. Новшество может прийти из одной компании в другую, основатель которой имеет нетрадиционную подготовку или просто его предложения не были реализованы в имеющей прочное положение компании. Способность к созданию нового может прийти к отдельной компании с помощью работников, только начинающих свою деятельность в данной отрасли, способных почувствовать новые возможности, имеющих стремление к их достижению. Если сфера активности компании расширяется, вовлекаются постоянно новые ресурсы, намечаются положительные перспективы в отрасли, то инновации могут также возникать. Инновации могут приходиться от другой нации, с другими условиями или методами ведения конкурентной борьбы.

Разрабатывая инновационную программу, предприятие должно понимать, что инновация - это не только передовая научная разработка, но и передовое внедрение в массовое производство. В связи с этим значительно возрастает роль инновационной активности предприятия. Финансирование создания инноваций не всегда гарантирует

инновационную активность. Финансирование НИОКР – скорее всего, относится к начальной стадии. В экономической литературе есть примеры того, что достаточно известные предприятия, которые имеют крепкое положение на рынке, стараются занять оборонительные позиции в научно-техническом соперничестве.

Можно предположить, что высокой активностью по внедрению нововведений отличаются мелкие фирмы, а также новые конкуренты в сравнении с довольно известными, потому что для них эта активность в большинстве случаев является возможностью проникнуть на рынок, создать и удержать конкурентные преимущества. Риск внедрения инноваций может стать причиной низкой активности компаний. По мнению американских исследователей, на рынке товаров широкого потребления 40% всех предлагаемых новинок терпит неудачу, на рынке товаров промышленного назначения – 20%, а на рынке услуг – 18%. Одной из причин низкой активности компаний, может быть, объем финансовых вложений для внедрения новинок. Затраты на создание опытного образца в 10 раз больше, чем на научные исследования. На организацию массового производства товара уходит средств больше в сто раз.

Поэтому небольшое количество исследований проходит первую стадию, и также немного исследований достигает второй стадии. Через серьезную критику, преодолевая различного рода препятствия, приходится проходить всем компаниям, преследующим свою цель неотступно, активно внедряющим лучшие или новые способы ведения конкурентной борьбы. Часто для достижения успехов, если внедряются какие-либо

нововведения, обычно требуется определенное упорство: страх потери оказывается более мощной движущей силой, чем надежда на выигрыш.

И конечно, если компания обладает конкурентными преимуществами, благодаря новшествам, то она старается их удерживать с помощью непрерывных улучшений. Практически любое достижение можно повторить. Например, корейские компании догнали своих японских конкурентов в массовом производстве стандартных видеомагнитофонов и цветных телевизоров. Бразильские компании обновили дизайн и создали технологические процессы, сравнимые с конкурентными итальянскими фирмами, которые производят разные виды кожаной обуви. Чтобы конкуренты не обошли компанию, нельзя прекращать совершенствование и внедрение инноваций. Иногда достаточными для того, чтобы инертная компания удерживала свои позиции в продолжение нескольких лет или даже десятилетий, оказываются такие исходные преимущества, как экономия на масштабах производства в существующих технологиях, взаимосвязи с потребителем или надежность каналов сбыта. Часто бывает так, что рано или поздно более динамичные конкуренты найдут способы, как обойти эти преимущества, используя свои инновации, либо создадут лучшие или же более дешевые способы ведения подобного бизнеса [5, с.122].

Существенным фактором стимулирования инновационной активности на предприятии выступает конкуренция со стороны других компаний. Так, Ю. Симачев отмечает перевернутую зависимость инновационной активности

предприятий от уровня конкуренции на рынке. Вначале, с ростом числа конкурентов на рынке, инновационная активность компаний возрастает, а затем стабилизируется или даже падает. Умеренная конкуренция способствует ускорению процесса внедрения новшеств. Но с усилением конкурентной борьбы денежные ресурсы истощаются, инновационный процесс или замедляется или прекращается совсем. Уровень инновационной активности также является важным конкурентным преимуществом компании. Если товар одной фирмы попадает к потребителю значительно раньше товара конкурента – другой фирмы, то это придает первой фирме «рыночную силу», спрос на этот товар будет выше, и возникает возможность повышения цены на товар.

Таким образом, инновационная деятельность является одним из главных факторов качественного развития российской экономики и конкурентоспособности отечественных предприятий, создания условий для эффективного функционирования промышленности в целом, реструктуризации отраслей и реформирования предприятий. Для улучшения состояния рынка необходимо поддержание и развитие конкурентных преимуществ [6, с.165]. Поэтому наряду с формированием инновационных конкурентных преимуществ в области характеристик качества продукции представляется необходимым определение инновационных подходов организации производства и управления на предприятии, в формировании товарного ассортимента и ценовой политики, а также формирования бренда предприятия.

Литература и источники:

1. Внешнеэкономические аспекты развития инновационных секторов российской экономики/ Доклад руководителя ЭКЦ МКПП, Генерального директора Института экономики и комплексных проблем связи (ЭКОС), д.э.н. Егорова Г. Н. на Международном Конгрессе промышленников и предпринимателей// http://www.icie.ru/activity/conferences/konferencial/publications_3.html (дата обращения 01.12.2014)
2. Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент: Учебник для вузов.5-е изд.: Питер, 2009.
3. Гольдштейн Г.Я. Стратегический инновационный менеджмент: тенденции, технологии, практика - Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2008
4. Трифилова А.А. Управление инновационным развитием предприятия. - М.: Финансы и статистика, 2010.
5. Косалс Л.Я. Инновации и экономический рост. - М.: Наука, 2002. – 178с.
6. Косалс Л.Я. Инновации и экономический рост. - М.: Наука, 2002. – 172с.

РАЗВИТИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В УПРАВЛЕНИИ
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ

Н.Р. Давлетгарев, Т.Б. Давлетгареева, Ю.Ю. Сальков

Совершенствование механизмов управления аграрной экономикой является основой устойчивого развития сельских территорий. При этом инновационная составляющая процессов управления имеет определяющий характер. В частности, установлено, что в промышленно развитых странах прирост валового внутреннего продукта во все большей степени связан с инновациями и технологическим прогрессом. В России инновационный потенциал агропродовольственного комплекса, по различным оценкам, используется в пределах 4-5 %, тогда как в США этот показатель составляет 50%. Особую тревогу вызывает увеличивающееся техническое и технологическое отставание российского сельского хозяйства от развитых стран мира, что крайне опасно в условиях присоединения России к ВТО. Отечественные сельхозтоваропроизводители испытывают значительные трудности со сбытом произведенной ими продукции в связи с низкой конкурентоспособностью последней. Не отработаны механизмы эффективного взаимодействия предприятий различных форм собственности и различных сфер экономики сельских регионов, что снижает управляемость сельскохозяйственной отрасли и агропродовольственного комплекса в целом. Отмеченные обстоятельства свидетельствуют о необходимости повышения инновационного потенциала сельских территорий и совершенствования организационно-экономического механизма развития в них инновационно-инвестиционных процессов.

Кроме того, государственная агропродовольственная политика –

составная часть государственной социально-экономической политики, направленная на устойчивое развитие сельского хозяйства и сельских территорий [1].

После рассмотрения проекта для принятия ФЗ (во втором чтении) в него были внесены существенные поправки. Так, государственная агропродовольственная политика стала называться просто аграрной. Уточнен и предмет регулирования закона: в понятие «сельское хозяйство» дополнительно включены «товарное рыбоводство, территории сельских поселений и соответствующих межселенных территорий».

Получила существенные изменения и формулировка категории «устойчивое развитие», под которым предложено понимать «стабильное социально-экономическое развитие территорий сельских поселений и соответствующих межселенных территорий», а также «увеличение объема производства сельскохозяйственной продукции, включая продукцию товарного рыбоводства, повышение эффективности сельского хозяйства, достижение полной занятости населения и повышение уровня жизни сельского населения, охрана окружающей среды, рациональное использование земель и других природных ресурсов».

ФЗ «О развитии сельского хозяйства» [3] определяет цели государственной аграрной политики:

–повышение конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции, обеспечение качества продовольственных товаров,

потребляемых населением Российской Федерации;

–обеспечение устойчивого развития территорий сельских поселений и соответствующих межселенных территорий;

–сохранение и восстановление природной среды, защита территорий традиционного природопользования коренных малочисленных народов и воспроизводство природных ресурсов используемых для нужд сельскохозяйственного производства;

–обеспечение эффективного функционирования рынка сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия, развитие его инфраструктуры.

По мнению авторов, предлагаемая в ФЗ концептуальная модель аграрной политики не является достаточно перспективной, так как в ней отсутствуют такие важнейшие цели, как стимулирование научно-технического прогресса и инновационной активности в агропромышленном комплексе, развитие процессов агропромышленной интеграции горизонтальной интеграции и вертикальной кооперации, обеспечение продовольственной безопасности и независимости и др.

В основу предлагаемой авторами концепции положена идеология инновационных преобразований, верховенство в которой занимают социальные факторы экономического развития сельских территорий, развитие конкуренции и конкурентоспособной среды территории, рост благосостояния сельского населения, развитие и поддержка агропромышленного предпринимательства в регионе, формирование макроэкономической и инфраструктурной среды деятельности субъектов агропродовольственных рынков.

В соответствии с определением инновации – «это нововведения в области техники, технологии, организации труда и управления, основанные на

использовании достижений науки и передового опыта, а также использование этих новшеств в самых разных областях и сферах деятельности» [3]. Применительно к сельским регионам существенное значение имеют инновации в агропромышленном производстве, в социальной сфере, в управлении развитием региона в целом.

Специфика инноваций в современном аграрном производстве определяется следующими его особенностями: разнообразие видов сельскохозяйственной продукции и продуктов ее переработки, существенная разница в технологиях их возделывания и производства. Значительная зависимость технологий производства в сельском хозяйстве от складывающихся природных и погодных условий; высокая степень разобщенности сельскохозяйственного производства и существенные различия производственных условий по отдельным регионам; обособленность сельскохозяйственных товаропроизводителей от организаций, производящих научно-техническую продукцию; множественность различных форм и связей сельскохозяйственных товаропроизводителей с инновационными формированиями; отсутствие четкого и научно обоснованного организационно-экономического механизма передачи достижений науки сельскохозяйственным товаропроизводителям и, как следствие, существенное отставание отрасли по освоению инноваций; низкий уровень менеджмента, ориентированный в большинстве сельскохозяйственных предприятий скорее на выживание и адаптацию, чем на долгосрочное развитие. Спросовые ограничения на продукцию АПК, связанные с покупательной способностью населения, отрицательно сказываются на функционировании АПК, снижают

его инвестиционную привлекательность и сдерживают развитие инновационного процесса. Негативное воздействие также оказывает доступность и низкая стоимость экстенсивных факторов, таких как труд, недоиспользованные производственные мощности.

Для успешной реализации инновационной политики необходимо создание определенных социально-психологических условий, обеспечивающих понимание всеми субъектами инновационных взаимодействий в АПК, значения и роли инновационных процессов как одного из важнейших факторов экономического развития отрасли.

Как совершенно справедливо считает Э.Н. Крылатых [2], инновационное регулирование должно строиться на системном применении современных методов стратегического менеджмента, целенаправленного маркетинга в сфере инноваций. Не менее важны методы разработки бизнес-планов для реализации инновационных и связанных с ними инвестиционных проектов на уровне конкретных предприятий. Важнейшей составной частью регулирования является сочетание государственных (бюджетных) и частных источников финансирования инновационных проектов. Особое место принадлежит венчурным фондам, которые предназначены для финансирования потенциально высокоэффективных, но рискованных инновационных проектов. Все эти элементы, объединенные в систему, составляют инновационные по своему характеру основы современного регулирования инновационного развития АПК.

Успешная реализация инновационной политики невозможна без формирования законодательных, нормативно-правовых механизмов, реализующих инновационную деятельность в АПК. В соответствии с нормативными актами развитие

инновационных процессов в АПК должно осуществляться различными ведомствами, при этом механизмы исполнения и контроля не конкретизируются. Отмеченное обстоятельство, а также укоренившееся в определенных финансовых структурах представление о сельском хозяйстве как «черной дыре» приводило в течение последних почти 15 лет к снижению финансовой поддержки села из федерального бюджета. Все это способствовало ухудшению состояния научного и технического потенциалов АПК по всем составляющим. По данным Всероссийского научно-исследовательского института экономики сельского хозяйства, за последнее десятилетие в 55 региональных органах управления АПК были упразднены службы, обеспечивающие развитие научно-технического прогресса, инноваций и информационной деятельности. В 17 субъектах вопросы науки переданы непрофильным службам кадровой политики и образования. Иными словами, прослеживалась тенденция к свертыванию научной составляющей инновационного развития АПК. Подобная ситуация является следствием общей деградации сельского хозяйства в последние 15 лет. В этой связи разработка и реализация приоритетного национального проекта «Развитие агропромышленного комплекса», раскрывающего суть одной из приоритетных программ, предложенных Президентом России В.В. Путиным 5 сентября 2005 г., представляет конструктивные возможности для создания организационно-экономического механизма развития инновационной деятельности в АПК.

Для реализации проекта Минсельхозом России подготовлен ряд дополнительных финансовых и организационных мер. В их числе:

– разработка концепции государственной поддержки развития

крупных агропромышленных структур холдингового типа (включая совершенствование нормативной базы), занимающихся производством сельскохозяйственного сырья, переработкой и торговлей на основе современных инновационных технологий;

– использование средств инвестиционного фонда для стимулирования привлечения частных инвестиций (прежде всего через механизм государственно-частного партнерства) на строительство комплексов по переработке мясной и молочной продукции в регионах, имеющих избыток сырья.

Продуктивность предложенных мер подтверждается опытом Томской области, в которой, в рамках реализации областной программы, с привлечением инвестиционных ресурсов выполняется ряд проектов. В качестве примера можно привести следующие: 9 томских крестьянско-фермерских хозяйств стали победителями и включены в программу «Начинающий фермер» (выплачены гранты на сумму 13,8 млн руб.), 5 фермерских хозяйств стали участниками программы «Семейная ферма» (19,7 млн руб.).

На сегодняшний день готовятся к реализации проекты научного направления: разработки в сфере агробиобезопасности, лекарства на основе растений, разработки в пчеловодстве (НИ ТГУ), биологически активное удобрение гуминовой природы из торфа (ГНУ СибНИИСХиТ Россельхоз академии), органические и экологически чистые биодобавки для животноводства и птицеводства (ООО «БиоСистемы»), семенной безвирусный картофель репродукции элита и суперэлита (ООО «БиоГен-Т»), консерватор для перевозки и хранения овощей и фруктов, биостимулятор роста растений на основе вермикулита (ЗКСМ), высокопродуктивные производственные посевы сои (ООО

«Сояна») и технология приготовления ячменно-солодовой йодированной муки на основе продукта переработки пивного производства (ЗАО «БиоЭко») и другие.

Для активизации инновационной деятельности в АПК на региональном уровне должна быть построена эффективная система передачи информации от науки к агропродовольственному бизнесу. При этом большое значение имеет создание благоприятного инновационного климата, формирование различных информационно-консультационных служб, поддержка малых и средних инновационных предприятий, обеспечивающих, как показывает практика, высокую эффективность разработки и реализации небольших инновационных проектов, привлечение к освоению инноваций агропромышленных корпораций, агрохолдингов, финансово-промышленных групп.

Следует учитывать, что отдача от инновационной деятельности существенно повышается при взаимной согласованности проектов развития отдельных отраслей АПК и предприятий. В этой связи представляется продуктивным привлечение к разработке и выполнению инновационных проектов развития сельскохозяйственного производства крупных компаний пищевой промышленности (в качестве инвесторов), а также агрохолдингов, имеющих в своем составе предприятия второй и третьей сфер АПК.

Таким образом, реализация инновационных стратегий развития аграрного сектора является важнейшим фактором повышения конкурентоспособности сельских территорий.

Литература и источники:

1. Федеральный закон «О развитии сельского хозяйства» от 29.12.2006 //

Собрание законодательства РФ. – 2007.
№ 1. - Ст. 27.

2. Крылатых Э.Н. Пропорции и приоритеты развития АПК / Э.Н. Крылатых. — М.: Экономика, 1983. - 232 с.

3. Кундиус В.А. Инновационно-кластерная политика развития регионального АПК / В.А. Кундиус, А.Л. Полтарыхин // Вестн. Алт. гос. аграр. ун-та. – 2010. – №5 (67). – С. 107-110.

ИННОВАЦИОННО – ИНВЕСТИЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ
ПРЕДПРИЯТИЙ ОПК С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ПРОЕКТНОГО ПОДХОДА

И.А. Засорин

Научный руководитель – А.Г. Данков

Сегодня частота употребления слов «проект» и «управление проектами» достаточно велика. Они интуитивно связываются с процессами развития, противостояния кризису, решения инфраструктурных, технических и социальных проблем, реакции на внутренние и внешние вызовы. В профессиональном же управлении проектами с понятием проекта связывается процесс осуществления комплекса целенаправленных мероприятий по созданию ценности — нового продукта или услуг в рамках установленного бюджета, времени и требуемого качества.

В наши дни залогом стабильного существования и развития государства является его обороноспособность и как следствие конкурентоспособный оборонно промышленный комплекс (ОПК). ОПК является многопрофильным сектором экономики страны и способен обеспечить развитие государства на мировых рынках.

Решающим фактором стабильного развития предприятий оборонно-промышленного комплекса (ОПК) является инновационно-инвестиционная деятельность. Но несмотря на крупные вливания бюджетных средств в рамках финансирования федеральных целевых программ, так например в 2012 году на инновации предприятий ОПК было выделено 90 млрд руб., инновационная активность в среде оборонной промышленности России остаётся на низком уровне. Прежде всего это связано с устаревшей материально – технической и производственной базой ОПК, а также низкой эффективностью в

сфере защиты интеллектуальной собственности.

В то же время привлечение внебюджетных инвестиций для финансирования программ создания вооружения, военной и специальной техники (ВВСТ) остаётся одной из нерешённых проблем. Так по данным министерства экономического развития РФ, доля средств предпринимательского сектора в финансировании науки составляет менее 30%, тогда как аналогичный показатель в США – 63,7%, в Германии – 66,8%, в Японии – 75% [1].

По мнению экспертов эффективным инструментом развития инновационно-инвестиционной деятельности предприятий ОПК является именно проектный подход, так как именно проектный подход позволяет создать качественный продукт имея ограниченные временные и материальные ресурсы.

Также можно выделить ряд преимуществ проектного подхода в рамках инновационно-инвестиционной деятельности ОПК, это такие преимущества как: снижение суммарной потребности в ресурсах и уменьшение общей стоимости проекта, что в конечном счёте приводит к получению экономического эффекта, а также уменьшение процента сбоев в работе, связанных с несогласованием использования ресурсов и сокращение продолжительности выполнения всего комплекса работ.

В условиях развития современной российской экономики развитие инновационно – инвестиционного потенциала ОПК является первоочередной задачей, требующей

ориентации на современные методы организации и управления предприятием. Тем самым вышесказанное подтверждает, что направлением развития инновационно-инвестиционной деятельности ОПК должен стать проектный подход, с помощью которого производственная система перейдет в более конкурентоспособное состояние.

Но, к сожалению, на сегодняшний день проектное управление в ОПК используется недостаточно широко, и внедрение проектного управления в сферу ОПК приобретает особую актуальность.

Литература и источники:

1. Текущее состояние инвестиционного климата в России:
URL: <http://www.economy.gov.ru/>
2. Российская государственная библиотека <http://dlib.rsl.ru/>
3. Большая онлайн библиотека <http://www.e-reading.org.ua>

ИНФОРМАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ РЕГИОНОВ РОССИИ

И.А. Засорин

Научный руководитель – А.Г. Данков

Российские реформы последних лет направлены на поддержку информационной активности в стране. Информационное развитие становится главным показателем жизнеспособности и конкурентоспособности экономик стран мира. Россия стремится достичь уровня наиболее развитых государств, в связи с чем на первый план выходит проблема информационного развития регионов России, которая включает в себя совершенствование системы образования, повышение доли экспорта высокотехнологичной продукции, повышение затрат на научные исследования. Общий экономический рост все более тесно связан с информационной деятельностью, поэтому оценка информационного развития становится проблемой первого порядка для России.

Российское развитие экономики с точки зрения информационных исследований практически не предвещает положительных альтернатив в современных условиях глобализации и мировой конкуренции. Информационное развитие регионов актуально не только внешними проблемами, но и внутренними целями, такими как, создание экономически соразмерного усовершенствования всей территории страны. Сохраняющаяся высокой степень размежевания социально-экономического прогресса субъектов РФ ведет, из года в год, к потерям в 2-3% ВВП. Более того, конкурентоспособность России на мировом рынке напрямую зависит от информационной активности и информационной восприимчивости экономик и отраслей регионов страны.

Параллельно с тем в практике оценки информационного уровня

развития регионов ещё не выработаны чёткие правила и методы по его мониторингу, что в свою очередь мешает соответствующей оценке эффективности государственной информационной политики на федеральном и региональном уровне, и как следствие эффективности расходования бюджетных средств. Но в последнее время одним из эффективных инструментов оценки информационной политики регионов становятся рейтинги [2].

В этом году(2014г.) было проведено исследование, показывающее итоговый российский региональный информационный индекс, а именно рейтинг регионов, соответствующий уровню их информационного развития.

В этом году лидерами рейтинга стали Москва, Республика Татарстан и Санкт-Петербург. В первую группу наиболее прогрессивных, с точки зрения развития инноваций, регионов также вошли: Нижегородская область, Калужская область, Чувашская Республика, Свердловская область, Томская область, Московская область, Ульяновская область, Пермский край, Новосибирская область. Нижние строчки рейтинга занимают: Республика Ингушетия, Республика Калмыкия, Чеченская Республика. Лучше других дела с инновациями обстоят у Приволжского федерального округа, Центрального, Сибирского, Уральского и Северо-Западного округов. В аутсайдерах — Северо-Кавказский федеральный округ.

В целом, результаты исследования показывают, что информационное развитие российских регионов происходит крайне неравномерно. Так, значение обобщенного индекса

лидирующего в рейтинге региона превосходит значение замыкающего рейтинг в 3,7 раза, а для отдельных аспектов информационного развития эта разница еще больше.

Прежде всего, это связано с довольно слабой интенсивностью процессов создания, внедрения и практического использования технологических, организационных и маркетинговых инноваций. А также с большим расхождением экономического, образовательного и информационного уровней развития регионов, характеризующих потенциал к созданию, адаптации, освоению и реализации.

Чтобы исправить положение, России необходимо пройти три цели, а именно во-первых, оценить эффект от реализации региональной информационной инициативы. Во-вторых, необходимо выявить лучшие региональные практики по работе с отечественными и зарубежными компаниями информационных нововведений и запустить действенный механизм. В-третьих, сформировать объективный механизм оценки работы региональных органов по разработке и внедрению. Также необходимо проводить дополнительный контроль, а именно контролировать работу организаций по привлечению отечественных и зарубежных инвесторов, готовых финансировать информационные разработки регионов.

Тем не менее, мониторинг информационного пространства показывает, что в настоящее время ниша региональных рейтингов информационного развития остается незаполненной.

Литература и источники:

1. Большая онлайн библиотека <http://www.e-reading.org.ua>
2. Российская государственная библиотека <http://dlib.rsl.ru/>

3. Центр гуманитарных технологий
<http://gtmarket.ru>

ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ

П.А. Князев

Научный руководитель – Е.А. Грахова

Сегодня, в век компьютерных технологий и информационного прогресса образование немислимо без компьютеров и интернета. Современные школьники и студенты очень активно используют это в своей учебе. Также это касается и специалистов. При сегодняшнем информационном росте им нужно учиться практически всю свою жизнь.

Использование интернета и дистанционного обучения дает новую возможность получения образования для школьников и студентов, возможность непрерывного обучения и переучивания специалистов, получение второго высшего образования. Но, не стоит забывать о получении основного образования и переквалификаций, так как именно это развивает потенциал дистанционного обучения. С развитием информационных технологий у дистанционного обучения появляются новые возможности. В мире появляются очень большое количество курсов дистанционного обучения и целые университеты дистанционного обучения.

Например, 80% всех высших заведений США сегодня предлагают минимум один дистанционный курс, а 67% вообще считают дистанционное обучение важнейшим стратегическим направлением своего развития [1].

На сегодняшний день обучение, в котором используются современные программы и технические средства является очень технологичным и развивающим, благодаря ему электронное образование становится эффективным.

Дистанционное обучение очень доступно и открыто. Возможность учиться удаленно от самого места обучения, не покидая дома или офиса является очень большим преимуществом

данного обучения. Эта система позволяет учиться всегда, без всяких отпусков и командировок, и при этом заниматься своей основной деятельностью, но делая упор на вечернее время и выходные дни.

Обучаться можно, в буквальном смысле, хоть где, в любой точке мира где есть компьютер и выход в интернет. Это делает процесс обучения очень доступным и простым с точки зрения его организации, намного проще, чем классическое обучение.

В большинстве своём, дистанционное обучение дешевле обычного, в первую очередь благодаря тому, что вам не нужно никуда ехать, платить за свои передвижения.

Большим плюсом является то, что дистанционное обучение носит индивидуальный, гибкий характер. Обучающийся в праве сам определить оптимальный для себя темп обучения, этот подход позволяет самостоятельно работать и получать навыки самообразования.

Опыт показывает, что человек, который обучается дистанционно становится более ответственным, мобильным и самостоятельным. А без этих качеств нельзя полноценно учиться. А если их не было раньше, то мотивация к обучению становится очень высокой, и именно люди с таким набором качеств становятся востребованными на рынке труда.

При дистанционном обучении уменьшается нервозность обучаемых при сдаче зачетов и экзаменов, что не скажешь о классическом получении образования. Также не секрет, что боязнь и волнение перед преподавателем не позволяет некоторым студентам полноценно показать свои знания, а дистанционное обучение снимает

психологическое воздействие на студента [2].

Большой плюс также заключается в том, что обучение индивидуализировано и имеет возможность быть адаптированным к стилю работы каждого учащегося.

Обучение требует использования новых инструментов для своей правильной реализации, развитие новых методов обучения, построение его новых моделей.

Но, конечно же, дистанционное обучение — это далеко не эталонный способ получения знаний. В нем есть свои минусы, и они довольно очевидны.

Первый недостаток заключается в отсутствии настоящего, «людского» общения между преподавателем и студентом. Первый не может так эмоционально окрашивать знания и способствовать восприятию материала, как это может быть «с глаза на глаз».

Также нельзя опускать такой важный аспект как самодисциплина. Ведь конечный результат напрямую зависит от того, насколько студент самостоятелен, способен и сознателен.

Практические занятия. Их просто нет, потому все происходит через монитор и встает проблема закрепления теоритических знаний и их более качественного усвоения.

Банальный контроль за студентом. Перебороть лень удастся далеко не всем. Но, опять же, нельзя говорить о том, что с этим проблемы у всех обучающихся дистанционно. Если человеку действительно нужны знания и ему интересен курс, он не будет лениться.

Часто встречающаяся проблема — недостаточное удовлетворение электронных программ и курсов международным требованиям из-за плохой квалификации специалистов, которые создают эти электронные учебные пособия.

Ну а одним из самых больших и в тоже время банальным недостатком дистанционного обучения является доступ к учебным материалам. Хорошая

техническая оснащённость — очень важный аспект. И не смотря на то, что мы живем в век информационных технологий, далеко не у всех дома это есть.

Говоря о развитии дистанционного обучения в России можно сказать, что оно будет развиваться по мере развития интернет технологий, а также по степени совершенствования данного обучения.

На сегодняшний день можно смело заявить, что дистанционное обучения в нашей стране развивается не так стремительно, как в странах Европы и Америки, так как не так сильно распространено. А для того, чтобы это было реализовано, нужно появление соответствующих технических возможностей и продвинутые информационные каналы [3].



Рис. 1. – Ситуация с дистанционным обучением в России

Подводя итог хочется сказать, что сегодня, в век информационных и компьютерных технологий, дистанционное обучение является очень удобной, полезной и нужной системой. Это то, что продвигает образование на новый уровень. Но не стоит забывать о традиционном образовании, которое должно являться основным. На сегодняшний день ученые говорят о том, что дистанционное образование желательно получать в качестве дополнительного или в целях повышения квалификации. В первую очередь это правильно для самого учащегося, так как получив традиционное образование он уже имеет профессиональные навыки и имеет возможность продолжать получение образования не в ущерб своей основной деятельности.

Литература и источники:

1. Инновационные технологии дистанционного образования сельского населения: Учеб. пособие. – М.: РУДН, 2008. – 196 с.: ил.
2. Достоинства и недостатки информационного обучения. [Электронный ресурс] – Режим доступа:

http://www.obrazovanie-ufa.ru/Vuz/Dostoinstva_i_nedostatki_distantionnogo_obucheniya.htm, свободный. – Загл. с экрана.

3. Дистанционное образование: плюсы и минусы. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://dtraining.web-3.ru/introduction/okandbaddo/>, свободный. – Загл. с экрана.

**ФИНАНСОВЫЕ ИННОВАЦИИ: ПРЕИМУЩЕСТВА, НЕДОСТАТКИ,
ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ В РОССИИ**

А.В. Коптырева

Научный руководитель – Е.Ю. Калмыкова

Почему финансовые инновации так необходимы и необходимы ли они вообще? Как финансовые инновации могут улучшить экономическое благосостояние общества? Действительно ли финансовые инновации и есть причина экономических кризисов? На эти и многие другие вопросы и призвана ответить данная статья.

Что же такое финансовые инновации? Финансовые инновации – это процесс создания и последующего применения новых финансовых инструментов или же финансовых технологий. Однако такое определение весьма обширно и включает в себя инновации во всем финансовом пространстве, где ресурсом является либо единица рынка, участник более широкого финансового объединения или теневого банковского сектора, либо же частное лицо. Однако ни одно из определений не может полностью отразить всю объемность или комплексность понятия «инновация» в сфере финансовых услуг, где новый продукт может иметь инновационные черты в сфере отдельных своих функций, маркетинга, потребительского сегмента или в контексте вспомогательной инфраструктуры.

Финансовые инновации чаще всего подразделяют на продуктовые и процессные. Примерами инновационных продуктов являются сделки с деривативами, новые формы корпоративных ценных бумаг или структурных инвестиционных продуктов, применяемых в процессе торговли товарами и услугами для совершенствования экономических отношений. Они включают в себя

значительное улучшение технических спецификаций, компонентов и материалов, разработку программного обеспечения, создание удобств для потребителей и другие функциональные характеристики. В качестве инновационных продуктов могут быть использованы новые знания и технологии или же новые формы и комбинации, основанные на уже существующих продуктах. При этом термин «продукт» используется для охвата товаров и услуг. К инновационным процессам относятся введение новых методов распространения ценных бумаг, транзакций обработки или ценообразования. Инновационными процессами является реализация новых или значительно усовершенствованных методов производства или доставки, включающих в себя существенные изменения методов и оборудования. Инновационные процессы предназначены для уменьшения издержек производства или поставки, повышения качества продукции или производство и поставка новых, значительно усовершенствованных продуктов. Тем не менее, весьма сложно разграничивать два этих понятия, так как они непосредственно связаны друг с другом. Само понятие инновации включает в себя процесс создания и распространения новых продуктов; в действительности эти два действия непосредственно связаны друг с другом, так как большинство финансовых инноваций являются усовершенствованными версиями предыдущих продуктов.

Считается, несовершенства финансовой системы и финансового рынка и есть причины, которые стимулируют развитие финансовых инноваций. Именно несовершенства финансового рынка препятствуют выполнению его участниками функций, возложенных на них финансовой системой. При этом финансовые инновации становятся результатом принятия оптимального решения в ответ на проблемы и ограничения, препятствующие распределению риска. Существует 6 основных функций, которые выполняют инновации:

1. Поддержание движения денежных средств во времени и пространстве (сберегательные счета)
2. Аккумуляция ресурсов (паевые фонды)
3. Управление риском (продукты страхования)
4. Обеспечение необходимой информацией для принятия решений
5. Решение проблем, связанных с риском недобросовестности и информационной асимметрии.
6. Содействие реализации товаров и услуг через платежную систему (наличные средства, дебетовые карты, кредитные карты)

Почему же все-таки возникают финансовые инновации?

Во-первых, финансовые инновации возникают в результате зарождения признаков неэффективности рынка или в состоянии несовершенства его функционирования.[1] При таком состоянии рынка происходит затруднение перемещения денежных средств, следовательно, у экономических субъектов снижаются возможности управления рисками.

Во-вторых, финансовые инновации создаются для устранения несоответствия или информационной асимметрии между инсайдерами и аутсайдерами. Новые формы сделок

на финансовых рынках, заключаются для согласования интересов сторон или принуждению эмитентов к раскрытию информации. К примеру, долговое финансирование служит повышению дисциплины менеджеров в ситуации, когда ликвидационная стоимость корпорации превышает ее текущую рыночную стоимость. В этом случае менеджеры (инсайдеры) продолжают операционную деятельность, тогда как акционеры компании (аутсайдеры) склонны к ликвидации. Повышение дисциплины осуществляется в случае долгового финансирования путем раскрытия информации перед инвесторами, которые смогут инициировать процедуру банкротства.

В-третьих, финансовые инновации создаются для сокращения транзакционных издержек или улучшения маркетинга. Транзакционные издержки рассматриваются как фактор развития финансового посредничества [2]. Считается, что финансовые посредники путем сокращения различных расходов, связанных с проведением платежей позволяют достичь оптимального уровня между потреблением и инвестициями.

В-четвертых, финансовые инновации создаются в результате ужесточения налогового режима и финансового регулирования. ДК продуктам финансовых инноваций, возникших в результате налогов и вызванных регулированием, относятся облигации с нулевым купоном, евродоллары, евробонды, различные виды инструментов привязанных к акциям, используемых для получения прибыли освобожденного от налогообложения на прирост капитала, а также доверительные инструменты.

В-пятых, развитие финансовой глобализации и возрастание рисков, стимулировало возникновение и

развитие инноваций на финансовом рынке. Глобализация различных экономических процессов и интернационализация деятельности компаний, инвесторов и государств увеличивает влияние всевозможных рисков (от обменного курса до суверенного риска). К примеру, Межамериканский банк развития впервые использовал инструмент, который учитывал риск конвертируемости национальной валюты и обеспечил гарантию платежей.

В-шестых, развитие технологий стимулировали расширение видов финансовых инноваций. Процесс секьюритизации, который основан на сложных интегрированных схемах широко использует достижения в информационной технологии. ИТ и успехи в области телекоммуникаций (Интернет) способствовали появлению таких инноваций как, новые методы андеррайтинга ценных бумаг (например, OpenIPO), новые методы сборки портфелей акций (folioFN), новые рынки ценных бумаг и новые формы сделок по ценным бумагам [3].

Что касается российского финансово-кредитного сектора экономики, то он заметно отстает от развитых стран по уровню и масштабам развития инновационных инструментов и технологий. Он базируется в основном на сложившихся традиционных финансовых отношениях, при которых используются такие традиционные инструменты, как государственные заимствования в виде выпуска государственных ценных бумаг, денежно-кредитная политика в частности рефинансирование, традиционные банковские операции в форме кредитования и депозитного заимствования, ценные бумаги, например облигации и чековые книжки, страхование. Эти традиционные финансовые отношения позволяют

удерживать российскую экономику в едином, стабильном состоянии. Инновационная деятельность на российском финансовом рынке имеет огромный нереализованный потенциал. Российские хозяйствующие субъекты имеют набор инструментов и возможность выбора путей развития, адаптация которых к российским условиям может принести несомненную пользу отечественной экономике. Российские финансовые институты, органы государственного управления и частные компании, работающие на современных финансовых рынках, активно используют в своей деятельности такие традиционные для зарубежных хозяйствующих субъектов финансовые инструменты и технологии как ценные бумаги и производные от них, IPO, операции по секьюритизации активов, международные стандарты учета и отчетности, которые для нас являются инновационными финансовыми инструментами и технологиями, то есть инновациями [4].

Таким образом, можно сделать вывод, что инновации играют огромную роль в развитии общества. Инновации являются одной из трех важнейшей составляющих финансового механизма и взаимодействуя с двумя другими частями - инвестициями и конкуренцией- они удовлетворяют важнейшие потребности общества, увеличивают эффективность финансовой системы и способствуют экономическому росту. Данное утверждение справедливо как для сектора финансовых услуг, так и для всей экономики в целом, то есть инновации в сфере финансовых услуг не только увеличивают эффективность самого сектора, но также увеличивают ценность капитала во всей экономике. Важно отметить, что без функции распределения капитала, которую выполняют финансовые инструменты, многие из современных промышленных отраслей не существовали бы в той

форме, в которой они существуют на данный момент. Именно поэтому инновации в сфере финансовых услуг оказывают мультипликативный эффект на всю экономику. Тем не менее, если неэффективно и непродуктивно применять или же управлять инновациями, это может привести к регрессу всей экономики.

Литература и источники:

1. Инновационный менеджмент [Электронный ресурс] // Сберкарт: [сайт]. [2013]. – URL: <http://fin-result.ru/megdynarodnie-finansi6.html> (дата обращения: 14.12.2014).
5.

2. Финансовые инновации в отечественной экономике [Электронный ресурс] // Креативная экономика: [сайт]. [2014]. – URL: <http://www.creativeconomy.ru/articles/2548/> (дата обращения: 14.12.2014).

3. Финансовые инновации [Электронный ресурс] // GCF FinInnovacii: [сайт]. [2014]. – URL: <http://fininnovacii.ru/fininnovacii.php> (дата обращения: 14.12.2014).

4. Финансовые инновации в России [Электронный ресурс] // «Открытая экономика»: [сайт]. [2012]. – URL: <http://www.science-education.ru/108-8600> (дата обращения: 14.12.2014).

ЭЛЕКТРОНИКА НА ОДИН РАЗ, ИЛИ ПОЧЕМУ ПО ИСТЕЧЕНИИ ГАРАНТИИ ВСЁ ЛОМАЕТСЯ? ТАЙНА ЗАПЛАНИРОВАННОГО УСТАРЕВАНИЯ

М.И. Потапова

Решающее значение в обеспечении конкурентоспособности фирмы играют инновации. В термин «инновация» вкладывают два понятия. Инновация – это, во-первых, новшество, т.е. новый или усовершенствованный продукт, технология, услуга, внедренные на рынке, в производственно-хозяйственной деятельности, потреблении, общественной жизни; во-вторых, это процесс осуществления изменений, внедрения новшеств. Но зачастую, получается, что большинство аппаратуры выходит из строя сразу по истечению гарантии или в течение полугода после нее. В этой статье будет рассмотрен вопрос: может ли быть это умышленное запрограммирование техники для процветания её производителей?!

В нашей стране следят за безопасностью товара, но не следят за его качеством. Производители уверяют нас, что качество они контролируют, ведь конкуренты не дремлют. В их интересах делать хороший продукт.

Оказывается, что многие известные бренды уже давно перешли на так называемый принцип «параметризации». Что же означает это мудреное название?

Производители любой техники, в том числе и бытовой, нанимают специальные компании, которые разрабатывает им продукцию «под ключ». Просчитывается все – от внешнего вида до конструкции каждого винтика. Данные компании выслушивают пожелания заказчика и строго их выполняют. Тут же закладывается и то, каким будет дизайн устройства и какой срок службы будет у этого товара, исходя из конкурирующих

фирм. Раздумья покупателей производители тоже учли.

Дорогой ремонт – еще один инструмент заставить нас решиться на покупку. «Неремонтируемый сегмент» – так производители называют товары, которые нет смысла ремонтировать. По их мнению, секрет прост: корпус делается хрупким, с пластиковыми застежками, чувствительный сенсор, впаянные батареи, картриджи с встроенным расходом чернил, все это наводит на мысль не просто о защите клиента и о его попечении, а скорее наоборот. При малейшем ударе пластик ломается, застежки вылетают и – всё. Ремонт невозможен. Производители получают с потребителей деньги если не на замене товара, то на обслуживании. Примером тому являются принтеры. Все, кто сталкивались со струйными принтерами, знают, что краска заканчивается буквально на глазах. В принтерах стоят специальные чипы, которые отсчитывают, сколько копий сделано, и по истечении определенного количества копий чип блокирует работу принтера. Производители делают это специально, чтобы покупатели шли в их сервисы и якобы чинили принтер.

«Внешний вид – двигатель торговли», поэтому, не удивительно то, что дизайнеры в больших корпорациях зарабатывают больше, чем инженеры. Ведь часто именно они создают новинки. Промышленный дизайнер – это человек, который решает, какой формы сделать устройство или товар, оставляя прежним содержание. Его задача – сделать так, чтобы всем вокруг было видно и понятно, что это новинка. Большинство из нас даже не знают точно, какие характеристики у новой модели улучшились. Но люди уверены,

что новое намного лучше и качественнее, чем старое.

В этом нас убеждают производители данной техники.

Как правило, новые модели стимулируют спрос. Массовая истерия из-за выхода очередного гаджета создается искусственно. Психологи говорят о том, что появилась даже новая форма расстройств – «покупательский невроз». Все больше людей откровенно «подсаживаются» на новинки. Люди покупают все новые и новые устройства, не понимая, их необходимости. Некоторые индивиды растрачивают свои деньги, а затем живут в неблагоприятных для них условиях, но зато с новым устройством. Постоянные покупатели модных новинок, такие как, звёзды шоу-бизнеса. У всех знаменитостей в руках последние модели телефонов. Оказалось, что большинство из них даже не знают, что принципиально нового есть в их аппарате, за который они выложили огромную сумму.

Идея устаревания появилась еще в начале XX столетия. Во времена зарождения массового производства обще потребительской продукции. Это были не самые лучшие времена, времена одного из масштабных мировых кризисов, когда стабильность была в шатком состоянии. Некий Бернанд Лондон, один из крупных производителей техники того времени, предложил следующее: продавать товары по сниженным ценам, но с обязательным возвратом ее продавцу через некоторое время использования. Ведь в любом случае человеку это понадобится снова, и он сделает повторно покупку. Реализовать свою идею Бернанд так и не смог — не одобрили. Но наши современники-производители успешно взяли ее себе на вооружение.

Первая реализация внедрения этого коварного плана произошла в 1924 году и была реализована в

производстве обычных лампочек. Тогда срок службы, которых составлял примерно по 1500-1800 часов, а спустя всего два года, срок службы был специально снижен до 1000 часов. А все почему? Да потому, что производители ещё тогда поняли, что их главный враг — слишком долговечные вещи. Те производители, которые отказались последовать за ними, были разорены или, в последствии, поступили аналогичным образом.

Как утверждают некоторые экономисты, в берлинском государственном архиве, находятся доказательства существования заговора производителей. Эти документы были строго засекречены 85 лет. Оказалось, что для производителей была установлена система штрафов — чтобы ни у кого не возникло желание повышать качество. А вскоре производители пошли ещё дальше, перейдя к так называемой теории «запланированного устаревания».

Но не всегда запланированное, так сказать искусственное устаревание — это выход из строя. Существует такое понятие как эстетическое устаревание — это когда электроника успешно работает, но бренды и стиль жизни говорят о ее нелепости и старости. Общество, не понимая того, само подстрекает себя быть в так называемом тонусе. Так например, многим уже неудобно доставать свой мобильный телефон в обществе, купленный в прошлом году. Ведь они думают, что если у них будет новинка, то окружающие будут их лучше воспринимать и по-другому относиться.

Кто-то неловко себя чувствует, при отсутствие как минимум 32 диагонального телевизора. А кого-то смущает слабый старенький ноутбук. А сколько сейчас выходит новых привлекательных компьютерных игр, рассчитанных на новые мощные компьютеры. Естественно, старые их не потянут. И вы идете в магазин,

приобретаете драйвера, детали, усовершенствуете, а потом с разочарованием понимаете, что вложили в ремонт намного больше, чем стоимость нового компьютера. А также для любителей авто, потрясением становится отсутствие запчастей для машин, которым больше 5 лет. Тем самым, вынуждая купить новый автомобиль.

Исходя из выше сказанного, можно сделать вывод, что от быстро выходящих из строя товаров пользования, есть несомненный плюс для производителей, которые за счет этого обогащаются в денежном плане. Кто будет покупать новые товары и приборы, если старые работают на славу и не дают сбой? Или же кому интересно приобретать одно и то же на протяжении двух или трех лет? Таким образом и движется прогресс, а вместе с ним и наши растраты на свое удобство и комфорт. И тут выбор не большой, либо вы используете свои старые модели устройств и древний ноутбук, заодно выглядите, как «белая ворона», но экономите в деньгах. Либо же идете в ногу с прогрессом беспощадно выбрасывая большие суммы на современные дизайнерские новинки, ни чуть не уступающие старым моделям по назначению и функциям.

В заключение хочу привести небольшой перечень характеристик,

явно указывающий на запланированный вывод устройства из строя со временем:

- **Изготовление из пластика вместо легких металлов** — снижает как себестоимость товара так и срок службы агрегата.

- **Дешевая внутренняя начинка** — как пример электрический конденсатор, устанавливаемый на большинстве плат.

- **Впаянные аккумуляторы** — плееры, некоторые марки телефонов и ноутбуков, планшеты.

- **Неразбираемый корпус** — для простой замены чего-либо нужно идти в сервисный центр.

- **Преждевременный отказ от технической поддержки** — касается драйверов, программ и даже систем управления.

- **Отсутствие единого стандарта разъемов** — наушники, USB, и т.д.

- **Дорогие запчасти или ремонт** — часто стоимость исправления какой-либо поломки намного выше стоимости самого продукта.

Литература и источники:

1. Калапуц П.А. Инновационный менеджмент: учебное пособие/ Издательство: Издательство Московского государственного открытого университета, 2010 г.
2. Нечай О. / Десять самых правдивых теорий заговора в высоких технологиях, 2013 г.

МАРКЕТИНГ

ПСИХОЛОГИЯ ПРОДАЖ И ПОВЕДЕНИЕ ПРОДАВЦОВ

Ю.А. Васина

Научный руководитель – Е.В. Меньшикова

Для людей, работающих в сфере торговли, не перестает быть актуальным вопрос «Почему одни продавцы добиваются большого успеха в заключение сделок, а другие, пытаясь продать какой-нибудь товар, терпят неудачу?». С подобной ситуацией часто сталкиваются не только продавцы, но также менеджеры по продажам и копирайтеры. Для разрешения данного вопроса необходимо более подробно рассмотреть механизм продаж и поведение продавца.

Основой для эффективных продаж является психология, а именно, умение преподнести себя, а также способность находить подход к своим собеседникам и убеждать их. Психология продаж - это наука, изучающая особенности психики современного потребителя и его основные потребности [1]. Успешность продаж во многом зависит от распознавания продавцом интересов потенциальных клиентов. Продавец должен понимать образ мыслей клиента, определять основные особенности его характера, приспосабливаться к его манере поведения.

Профессиональное поведение продавца – это его поступки или действия, либо их последовательность, так или иначе направленные на совершение сделки. Оно оказывает

влияние на решение покупателя о необходимости совершения покупки. Существуют шесть типов поведения продавцов. Рассмотрим каждый тип более подробно. Первый тип поведения называется «помощь и поддержка». Задача продавца в этом случае ободрить сомневающегося покупателя, рассеять его сомнения и помочь принять положительное решение о покупке. Второй тип - «вопросительный». С помощью открытых и закрытых вопросов продавцу удастся выявить потребности клиента, предоставляя ему возможность высказать свое мнение по поводу товара или услуги. Третий тип - «судья», он позволяет продавцу высказывать критические замечания в адрес покупателя. Продавец предостерегает и предупреждает, либо осуждает покупателя. Четвертый тип - «пояснительный». Продавцу необходимо узнать мотивы покупателя и истолковать его поступки. Пятый тип - «понимание». Такое поведение позволяет продавцу выявить потребности покупателя и побудить совершить покупку. Шестой тип - «отказ». Такое поведение продавец использует, когда хочет избежать ответственности или обойти какое-то затруднительное положение [2].

Так же, существует несколько ключевых подходов к заключению

сделки и к обслуживанию покупателей. Первым подходом к заключению сделки является «постепенное приближение». Данный подход раскрывает, насколько хорошее вы произвели первое впечатление на клиента, захотел ли он выслушать вас и предоставил ли возможность показать ваш товар. Вторым подходом является «внушение». С помощью этого подхода, вы сможете раскрыть все достоинства вашего продукта, которые могут удовлетворить потребителя и создать положительный образ в его сознании. Заключительным подходом является «приглашение» [3]. Сутью этого подхода является приглашение клиента к заключению сделки. Каждый клиент испытывает сомнения перед совершением покупки, страх оказаться в проигрыше и приобрести продукт, который не удовлетворит его потребности. Задачей продавца является как можно мягче и быстрее успокоить покупателя.

Для создания атмосферы комфорта и взаимопонимания между клиентом и продавцом существует несколько принципов обслуживания покупателей:

1. Удовлетворяйте каждого покупателя
2. Оставьте ваши личные проблемы за пределами вашей работы
3. Не устраивайте собраний на работе
4. Никогда не оценивайте покупателей
5. Проявляйте эмпатию, а не симпатию
6. Прислушивайтесь к идеям ваших покупателей, а не только к их словам
7. Используйте слова, чтобы выражать мысли, а не производить впечатление
8. Никогда не перебивайте ваших покупателей

9. Когда ваши покупатели разговаривают, они покупают
10. Вы должны нравиться покупателю, и вызывать доверие
11. Покупатель всегда должен видеть в вас профессионала
12. Продавайте с энтузиазмом, вне зависимости нравится вам товар или нет

Соблюдение данных пунктов позволяет создать у покупателя ощущение расслабленности и удовлетворенности [4].

Существует множество книг, описывающих подходы к успешным продажам, но наибольший интерес представляют мнения международных экспертов, которые предлагают свои методы к тому, как стать успешным продавцом.

Британские маркетологи считают, что самыми главными являются коммуникационные навыки продавца, а именно умение находить общий язык и понимать потребности покупателя. На втором месте стоит мотивация и трудолюбие, желание работать и получать за это вознаграждение, а также хорошо знать продукт. И третье, не менее важное, это способность к развитию доверия покупателя к продавцу. Если потребитель не получает четкой информации о товаре, то мало вероятно, что он захочет его приобрести. Правильно изложенная информация положительно влияет на успех заключения сделки. Британский подход акцентирует внимание на личности продавца, на его уважении к потребителям и на их доверии к нему.

Американский подход акцентируется на двух качествах продавца: эмпатии и честности. Продавец должен чувствовать и думать, как покупатель, понимать его запросы и проблемы, ставить себя на его место. Первостепенным является желание продать товар, наиболее подходящий клиенту, не взирая на то какую прибыль

это принесет. Потребность в продаже как бы заложено внутри продавца.

Российские продавцы и менеджеры по продажам ставят своей главной целью получение прибыли, улучшение своего благосостояния и развития бизнеса. При этом умение подстраиваться под покупателя и учитывать его интересы отводится на второй план [5].

В данном подходе по существу отсутствуют положительные стороны. Менеджеры по продажам и продавцы в основном заботятся о своем благополучии и редко думают о том, что они продают и как при этом нужно удовлетворить клиента. Однако все же, некоторым продавцам удается впечатлить и заинтересовать покупателя товаром, который они предлагают. Но существование таких доброжелательных и располагающих к себе продавцов, является скорее исключением, чем правилом.

Недостатком предлагаемых подходов является то, что все они требуют большого количества времени на реализацию, так как персоналу необходимо их освоить и научиться применять на практике. Но, при этом, результат от их применения будет проявляться в долгосрочной перспективе.

Для российских предприятий лучшим вариантом являлось бы проведение мероприятий и тренингов внутри организации для менеджеров и продавцов, по развитию умения эффективно заключать сделки и обслуживать покупателя. Это помогло бы продавцам получить мотивацию к работе, научиться понимать клиентов и удовлетворять их потребности. Чтение специализированных книг и прослушивание аудио ресурсов в

свободное время стимулирует продавцов к развитию своих способностей в области продаж. Проведение организациями специальных курсов, направленных на получение знаний о конкретной продаваемой продукции. Использование метода исследования «Тайный покупатель», который помогал бы оценить качества обслуживания.

Таким образом, можно сделать вывод, что каждый продавец, менеджер по продажам, копирайтер и любой другой человек, который занимается торговлей, должен не просто знать, как продать свой товар и получить прибыль, но и как преподнести себя, создать доверительную атмосферу, расположить клиента и удовлетворить его потребности.

Литература и источники:

1. Баянкин А.Н. Психология продаж: что это за наука такая [Электронный ресурс] // Журнал Успех в жизни. 2007-2014. URL: <http://www.yourfreedom.ru/psixologiya-prodazh-cto-eto-za-nauka-takaya/> (дата обращения: 15.11.2014).
2. Иванова И.И. Как постичь искусство продаж и стать успешным продавцом [Электронный ресурс] // Учебный центр «Бизнес-класс»: Курсы и тренинги в Москве. 2006-2014. URL: <http://www.classs.ru/career/articles4/article15.html> (дата обращения: 15.11.2014).
3. Искусство торговли. Эффективная продажа товаров и услуг / В.П. Шейнов. - М.: АСТ, Мн.: Харвест, 2007. - 416 с.
4. Нет спасибо, я просто смотрю / Г.Фридман. - М.: Олимп-Бизнес, 2006. - 248 с. Пер. с англ.
5. Психология продаж / Б.Трейси. - М.: Попурри, 2006. - 256 с. Пер. с англ.

КАК PR-ОТДЕЛ МОЖЕТ ПОМОЧЬ КОМПАНИИ ИЗНУТРИ

Ю.Н. Гурова

Научный руководитель – И.Г. Видяев

Сегодня почти в каждой компании есть PR-отдел, который создает образ и имидж компании в обществе. Благодаря действиям PR-специалистов компания может стать известной как среди конкурентов, так и среди непосредственных потребителей их услуг. Важность PR-отдела сейчас сложно поставить под сомнение (хотя конечно в каждом правиле есть исключение). Но что же может сделать PR-отдел для самой компании и вообще насколько важна его деятельность внутри организации – на эти вопросы я постараюсь ответить в этой статье.

В каждой организации так или иначе есть своя корпоративная культура, где-то она развита до фанатизма, а где-то находится на уровне идеи в голове ген.директора. Чтобы стало еще понятнее, давайте дадим ей определение: корпоративная культура – это свод норм, правил и установок, которых придерживаются сотрудники организации, она делает из отдельных сотрудников организации отдельный мир, существовать в котором комфортно каждому и который улучшает производственные показатели и атмосферу в коллективе.

Определить уровень ее развития можно как простым наблюдением, так и социологическими методами, такими как интервью или анкетирование сотрудников. Важно отметить, что инициатива появления корпоративной культуры должна исходить от руководства организации, а не от рядовых сотрудников. Введенный дресс-код не принесет результатов, если директор и его заместитель будут приходить на работу в растаманских шапках или спортивном костюме.

Для формирования корпоративной культуры директор тренингового агентства «Мастер-Класс» Алексей Сергеев предлагает следующие методы работы:

Методы «прямого» (непосредственного) формирования корпоративной культуры:

- новостная рассылка
- электронные или печатные корпоративные издания
- интернет-порталы
- knowledge management
- корпоративные праздники и ритуалы
- корпоративные кодексы поведения

Косвенные методы формирования корпоративной культуры, реализуемые внутри кадровых процессов и мероприятий:

- внутрифирменное обучение, направленное на сплочение коллектива (командообразующие тренинги)
- внутренний PR в рамках аттестационных собеседований

Методы межгруппового взаимодействия базируются на технологиях проведения деловых и организационно-деятельностных игр и технологиях проведения внутренних конференций, техниках презентаций, техниках публичного выступления и предполагают реализацию принципов организации пространства во время массовых мероприятий (собраний, пленарных заседаний).

Мультимедийные программы, корпоративное видео. Воздействие на ситуацию в организации с помощью корпоративных историй и сюжетного видео, к съемке и разработке концепций

которого привлекаются активные группы.

В конце хотелось бы сказать, что корпоративная культура – это то, что держит компанию вместе и не дает ей развалиться. Развитие бизнеса

невозможно без хорошо организованной работы команды и ее веры в миссию и цели компании, а методы, приведенные в этой статье помогут вам создать корпоративный дух!

МОТИВАЦИЯ В РЕКЛАМЕ

Т.А. Крымова

Научный руководитель – Н.В. Черепанова

Принято считать, что любая реклама - это стимулирование торговли. Это не так, далеко не любая. Плохая реклама не стимулирует, а напротив замедляет процесс торговли. Бывает что рекламные объявления напечатана в одном и том же издании, объемы объявлений примерно одинаковы, текст изложен грамотно, есть даже иллюстрации, но эффективность одной рекламы превышает другую во много раз. Напрашивается вопрос, в чем же проблема? Рекламный мотив одного из объявлений выстроен верно и покупатель готов приобрести товар или воспользоваться услугой. Рекламная мотивация услуги или товара должна продемонстрировать покупателю, что он получит если приобретет товар или воспользуется услугой, на сколько он может удовлетворить свои потребности вашим предложением. «Если товар не служит удовлетворению потребности или желания потребителя, его реклама, в конечном счете, обязательно провалится». Р. Ривз [1]

Мотивация считается ценной, если она выгодно отличает вашу услугу или товар, от услуг и товаров конкурентов. На наш взгляд, дипломированные маркетологи не всегда могут создать мотивирующую рекламу, так как это творческий процесс. Выявление рекламной мотивации это процесс очень тщательного и тонкий анализа ситуаций на рынке рекламы.

Если рекламу создает маркетолог не знающий рекламную мотивацию, то не стоит ожидать от такой рекламы огромного успеха. «Реклама стимулирует сбыт хорошего товара и ускоряет провал плохого». А. Политц [2]

Часто путают мотивацию с характеристиками товара. Характеристика это только материал для мотивации. Зачастую реклама содержит только перечень характеристики, такая реклама не привлечет должного внимание потребителя, покажется скучной и неприметной. Но с другой стороны перечень только мотивации сделает рекламу голословной, ведь потребителю нужно не только интересная реклама но и ему нужны доказательства и аргументы. Самым верным решением, является демонстрация тех качеств которые важны потребителю и уместны на данном рынке. Чем уникальнее свойства товара, тем больше мотивационное обращение к потребителю. Чем больше у вас мотивация, тем удобнее и проще вам работать с разными сегментами рынка. Большой запас мотиваций – ваш маркетинговый капитал. Разные наборы мотивации используются в разных сегментах рынка.

Часто у фирм имеется уникальные свойства товара, и огромный рекламный мотивационный капитал, а они выставляют банальные, изъезженные рекламные материалы, которые можно встретить в любой конкурирующей фирме.

Методы мотивации:

1) Метод убеждения

Воздействие на потребителя за счет использования различных аргументов и доводов в пользу рекламируемого товара или услуги. С их помощью покупатель должен сам захотеть приобрести товар или воспользоваться услугой. Реклама

может быть ориентированно как всей целевой группе, или «коммуникационным лидером». Коммуникационные лидеры либо убедят приобрести товар членов той или иной социальной группы, либо члены группы сами будут подражать приобретая рекламируемый товар.

2) Метод внушения

Чаще используемый в рекламе. Задачей этого метода является, достижение положительного отношения к товару, формирование желания приобрести товар.

Получает, реклама должно содержать информацию той или иной потребности, которую покупатель может удовлетворить с помощью рекламируемого товара.

На наш взгляд, что бы реклама была успешной маркетолог должен досконально изучить свой товар и потенциального потребителя, чем больше он знает о товаре, тем более

эффективна будет реклама. Следует изучить потребителей, узнать, что они думают о товаре, какие качества ценят. Если учесть все эти моменты можно выявить какая рекламная мотивации будет эффективна именно вашему продукту.

Литература и источники:

1. Мотивация в рекламе. [Электронный ресурс] URL: <http://vanblogger.Livejournal.com/3017.html>
2. Анализ основных мотивов в рекламной деятельности. [Электронный ресурс] URL: http://www.elitarium.ru/2009/03/25/analiz_motivov_v_reklame.html
3. Бизнес цитатник. [Электронный ресурс] URL: <http://www.business-citation.ru/author/Альфред%20Политц>
4. Как создать эффективную рекламу. [Электронный ресурс] URL: http://www.formen.su/reklama/effektivnaya_reklama

УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ В СБЫТЕ ЭЛЕКТРОЭНЕРГИИ

К. Г. Ольферт

Научный руководитель – О.Л.Никитина

Основа электроснабжения не только линии электропередач и подстанции, но и система управления, а так же сбыта электроэнергии. Именно управление и сбыт недооценивают как фактор, влияющий на конечную стоимость электроэнергии. Непредусмотренные риски, неправильные управленческие решения могут стать причинами убытков компании, что в последующем отразится на стоимости товара. В условиях сложной структуры рынка электроэнергии необходимо понимать, а главное управлять рисками.

Избежать риска нельзя, необходимо его предвидеть, стремясь снизить его значение до минимального уровня насколько это возможно. Управление рисками означает предотвращение появления того или иного вида риска, определение его стоимости, проведение предупредительных мероприятий, позволяющих избежать или уменьшить потери [1].

Риск - это событие вызывающее потери. Для сбыта электроэнергии потери являются как техническими, так и финансовыми. Причем вторые могут быть следствием первых. При этом оба вида не зависимо друг от друга могут стать следствием неправильного управления рисками, что доказывает важность рассматриваемой проблемы.

Интересен и тот факт, что событие, являющаяся риском, может оказать положительный эффект. Это утверждение справедливо можно отнести и к электроснабжению. Рисковые события в электроэнергетике затрагивают интересы работников предприятий отрасли, акционеров,

поставщиков ресурсов и конечно потребителей энергии [1].

Для понимания ситуации необходимо рассмотреть все виды рисков, которым подвержена электроэнергетика, и методы управления ими.

Природно-естественные риски – проявление стихийных сил природы. Землетрясение, наводнение, пожар и т.д. Их всегда относят к форс-мажорным обстоятельствам, которыми практически невозможно управлять. Одной из мер по управлению должно быть правильное техническое проектирование и строительство с учетом возможных последствий стихии.

Политические риски – невозможность осуществления хозяйственной деятельности вследствие военных действий, неблагоприятного изменения налогового законодательства, реформирования электроэнергетики.

Транспортные риски – возможность повреждения оборудования на линии электропередачи, подстанции, аварийные отключения и т.д.

Технические риски или риски качества электроэнергии – возможность поставки электроэнергии несоответствующей стандарту качества, из-за несвоевременного обслуживания собственного оборудования. Впоследствии приведет к штрафам и иным взысканиям со стороны покупателя.

Партнерские риски – возможность срыва поставок заявленного объема электроэнергии или поставки электроэнергии несоответствующей стандарту качества.

Коммерческие риски – возможность получения убытков по причине задержки платежей со стороны покупателя, уплаты штрафных пени за несоблюдение договоренностей.

Финансовые риски связаны с покупательной способностью денег, к ним относятся инфляционные и дефляционные [2]:

- инфляционный риск – это риск того, что при росте инфляции получаемые денежные доходы обесцениваются с точки зрения реальной покупательной способности быстрее, чем растут ;

- дефляционный риск – это риск того, что при росте дефляции происходят падение уровня цен, ухудшение экономических условий предпринимательства и снижение доходов ;

Управленческие риски особый категория, включающий в себя не только возможность неправильного управления хозяйственной деятельностью, что так же приводит к убыткам, но и возможность неправильного управления вышеперечисленными внешними рисками. Причем управленческие риски являются внутренними и зависят от самой компании, а не внешними как все остальные, необходимо отметить, что управление внешними рисками это тоже внутренний процесс компании.

Управленческие риски, связанные с хозяйственной деятельностью можно разделить на следующие виды:

- инвестиционные – возможные риски неправильного инвестирования в капитальное строительство электрических станций, подстанций, линий: в прогнозе потребления электрической энергии, категоричности потребителей по надежности электроснабжения, определении видов топлива на электростанциях, выборе оборудования, выборе источников финансирования [1].

- риски планирования – возможность ошибки в прогнозах потребления электроэнергии, например при закупках на оптовом рынке «На сутки вперед» где всегда фактическое потребление отличается от планового. Избыток или недостаток, являющимися отклонениями от плана, торгуются в режиме реального времени на балансирующем рынке [3], что может привести к дополнительным затратам. Данный вид рисков невозможно полностью исключить, но посредством правильно планирования возможно снизить до приемлемого уровня.

- риски документооборота – возможность неправильного составления договоров, смет, заявок на покупку электроэнергии, налоговых деклараций и иных документов определяющих хозяйственную деятельность сбытовой организации.

- риски обслуживания – возможность появления затрат, потерь в следствии несвоевременного или некачественного ремонта и обслуживания собственного электрооборудования компании.

Имея представление обо всех возможных рисках в сбыте электроэнергии, можно начать рассматривать сам процесс управления ими, то есть рассмотреть методы и способы предотвращения или снижения последствий рисков событий.

Все виды управления можно разделить на три категории:

1. управление материальной, технической базой организаций. В эту группу необходимо отнести все, что связано с ремонтом, обслуживанием электрооборудования, созданием резервов материалов и топлива. Система планово-предупредительных ремонтов, использование нового и более эффективного оборудования, покупка качественного сырья, совершенствование и внедрение систем контроля за техническим состоянием оборудования. В данном случае можно

управлять следующими рисками: транспортные, технические, риски обслуживания.

2. управление финансами. Диверсификация инвестиций предусматривает их вложения в различные объекты. Создание лимитов по расходам для каждой структуры. Страхование риска – перекладывание части риска на страховую компанию. Создание большего резервного фонда. Подобным образом возможно управлять природно-естественными, политическими, партнерскими, коммерческими, финансовыми и инвестиционными рисками.

3. эффективное управление. Повышение квалификации персонала, внедрение систем контроля, прогнозирования, систем управления энергопотреблением, учета электроэнергии, налаживание документооборота, улучшенное планирование и другие меры обеспечивающие более эффективное управление организацией, позволят управлять такими рисками как партнерские, коммерческие, финансовые, инвестиционные, риски планирования, документооборота и рисками обслуживания.

При всей сложности данной темы, большого множества различных рисков, важным становится управление ими. Управление рисками это одна из важнейших и неотъемлемых составляющих электроснабжения, формирования тарифов и, в конечном счете удовлетворения нужд населения. Описанные категории управления охватывают все возможные риски в сбыте электроэнергии. Методы управления не ограничиваются выше представленными, существуют другие более узкие инструменты. Так же можно адаптировать методы управления из других сфер бизнеса. Необходимо продолжать развивать существующую систему управления рисками, посредством внедрения новых

инструментов и совершенствования имеющихся.

Литература и источники:

1. Ламакин, Г. Н. Основы менеджмента в электроэнергетике [Текст] : учеб. пособие / Г. Н. Ламакин. – 1-е изд. – Тверь : ТГТУ, 2006. – 208 с.
2. Никитина О.Л. Экономическая безопасность: Проблемы управления рыночной экономикой (Финансы, инвестиции, экономика, отраслевая экономика, региональная экономика): межрегиональный сборник научных трудов / под ред. И.Е. Никулиной, Л.Р. Тухватулиной, Н.В. Черепановой. – Выпуск 14. – Том 2; Томский политехнический университет. – Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2013. – 382 с. с.- 178.
3. Оптовый рынок электроэнергии [Электронный ресурс]. – Загл. с экрана. – Режим доступа : http://www.energo-konsultant.ru/yuridicheskim_licam/prochie_voprosi_energосnabgeniya/Chto_takoe_optovii_rinok_elektroenergii

КОМПЛЕКСНАЯ РАЗРАБОТКА МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ ВУЗА НА ПРИМЕРЕ ТПУ

К.О. Прудникова

Научный руководитель – Е.А. Грахова

Рыночные отношения в сфере образования с высоким уровнем конкурентной среды, кардинально изменили требования к продвижению на рынок и продажам образовательных услуг. Необходимость нового подхода в их социально-экономическом управлении определяется особенностями развития общества, характеризующими состояние данных образовательных структур и их взаимодействием [1].

Большое количество высших образовательных учреждений на рынке образовательных услуг диктуют необходимость применения принципов и методов маркетинга как для разработки образовательных предложений, так и для дальнейшего продвижения их на рынке. Результат ведения основной деятельности во многом зависит от эффективной коммуникации с целевой аудиторией. Поэтому для многих ВУЗов важной задачей становится не только формирование системы маркетинговых коммуникаций, но и разработка стратегии маркетинга для обеспечения конкурентоспособности на рынке образовательных услуг.

Объектом исследования в данной научной статье выступает маркетинговая стратегия обеспечения конкурентоспособности образовательных услуг. Предметом исследования являются совокупность общих принципов рыночных отношений, стратегия, тактика, а также взаимодействие потребителей с производителями образовательных услуг.

Маркетинговая деятельность в образовании включает в себя: изучение

целевой аудитории и мотивов ее поведения на рынке, анализ рынка товаров и услуг, продвижение товаров и услуг, изучение каналов сбыта, анализ внешней конкурентной среды, определение наиболее результативных методов продвижения товаров на рынке [2].

Маркетинг образовательных услуг - это вид деятельности образовательного учреждения, направленный на изучение и удовлетворение нужд и потребностей целевой аудитории за счет образовательных программ, ориентированных на подготовку специалистов, пользующихся спросом на рынке труда [3]. Цель маркетинга заключается в привлечении потенциального потребителя в высшее учебное заведение и оказании качественных образовательных услуг. Для достижения цели маркетинга ОУ ВУЗ разрабатывает маркетинговую стратегию образовательного учреждения. Маркетинговая стратегия - это процесс выбора целевого рынка, определение конкурентной позиции образовательного учреждения и использование системы маркетинга для насыщения и удовлетворения выбранного рынка образовательными услугами [2].

При формировании эффективной стратегии необходимо систематизировать и сформулировать поэтапное исследование в области образовательных услуг. К инструментам формирования маркетинговой стратегии высшего образовательного учреждения можно отнести: анализ внешней среды, изучение деятельности конкурентов, анализ потребностей целевой аудитории

и эффективное взаимодействие с ней, определение позиций ВУЗа на рынке образовательных услуг, формулирование целей и миссии образовательного учреждения, прогнозирование затрат для реализации

маркетинговой стратегии. В таблице 1 представлены основные объекты для исследования, необходимые при разработке маркетинговой стратегии в области образовательных услуг.

Таблица 1. – Этапы разработки маркетинговой стратегии

Название этапа	Описание процесса
1. Анализ рынка образовательных услуг	В данном разделе основными объектами для анализа служат характер рыночного продвижения образовательных продуктов, а также количественные параметры спроса и предложения. Определяются пределы рынка и его сегментов, емкость сегментов, количество обучающихся, проводится учет длительности оказания услуг. Проводится анализ маркетинговой среды, отслеживается характер изменения конъюнктуры образовательных продуктов на данном рынке.
2. Оценка общей конкуренции образовательных продуктов	Затем оценивается общая конкурентоспособность образовательных продуктов, в том числе общеобразовательные, профессиональные, экономические и др. сравнительные качественные показатели.
3. Оценка текущей ситуации на рынке образовательных услуг	Определение действующих на рынке партнеров, потребителей и конкурентов, различных по-своему правовому положению, праву собственности, контролю, величине задействованных и потенциальных ресурсов. Сбор информации о ранее сложившихся традициях, связей и стратегий поведения ВУЗов.
4. Выбор маркетинговой стратегии	Завершающим этапом является составление возможных стратегий маркетинга, или различных вариантов тактических решений конкретных маркетинговых проблем и их взаимодействия.

Данная таблица является разработкой, в основу которой положено изучение материала, представленного в списке литературы [7].

В сфере образования маркетинг ориентирован, в первую очередь, на построение крепких взаимоотношений между потенциальным потребителем и ВУЗом. Благодаря этому образовательные услуги формируются непосредственно под запросы целевой аудитории, т.к. образовательные услуги не могут быть стандартизированы и не носят массовый характер. В качестве примера рассмотрен опыт реализации маркетинговой стратегии Томского Политехнического Университета, миссия которого звучит так: «Повышать конкурентоспособность страны, обеспечивая за счет

интернационализации и интеграции исследований, образования и практики подготовку инженерной элиты, генерацию новых знаний, инновационных идей и создание ресурсоэффективных технологий» (принята Ученым советом ТПУ 05.04.2011 г.). [4] Реализация данной миссии не может быть осуществлена без четко сформулированной маркетинговой стратегии: построение устойчивых, долгосрочных взаимоотношений между интересами потребителей и обществом в целом, путем формирования комплексной системы непрерывного профессионального образования, соответствующей самым высоким национальным и международным стандартам.

Как и многие другие организации ВУЗы могут использовать концепцию «7р» для определения товарной политики учреждения, ценообразования, доведения товара до целевой аудитории, а также продвижение данного товара на рынке. Основной целью микс маркетинга является разработка гибкой, динамичной маркетинговой стратегии. Рассмотрим каждый элемент микс маркетинга.

1. *Продуктом* выступает образовательная программа профессиональной подготовки. Учебное заведение разрабатывает комплекс услуг, объединенных общей задачей, для потенциальных потребителей предлагаемых услуг. Основная образовательная программа (ООП) образовательного учреждения определяет цели, задачи, планируемые результаты, содержание и организацию образовательного процесса на ступени высшего образования (по каждой специальности) реализуется образовательным учреждением через урочную и внеурочную деятельность с соблюдением требований государственных санитарно-эпидемиологических правил и нормативов [5].

Основные механизмы формирования пакета образовательных программ ТПУ:

- модернизация и разработка образовательных программ, в том числе целевых программ подготовки специалистов для корпоративных заказчиков, программ уровня «двойной диплом» совместно с ведущими российскими и зарубежными вузами, государственными академиями наук;

- переход на модульный междисциплинарный принцип проектирования и реализации образовательных программ;

- создание виртуальной образовательной среды с активным использованием мировых открытых

образовательных ресурсов (EdX, Coursera);

- разработка образовательных модулей по ресурсоэффективности, инженерному лидерству, инновациям и предпринимательству [4].

2. *Цена и ценообразование* – являются важным элементом при формировании конкурентной стратегии ВУЗа.

Томский Политехнический Университет предлагает широкий ассортимент образовательных продуктов и услуг и использует стратегию дифференцированных расценок. Данная стратегия предполагает, что цена на одни услуги будет установлена ниже, чем на другие услуги, пользующиеся повышенным спросом. Примером могут послужить такие востребованные специальности как: информационные системы и технологии, теплоэнергетика и теплотехника, энергетическое машиностроение, нефтегазовое дело, управление качеством, экономика, менеджмент. Потенциальный потребитель образовательных услуг будет готов заплатить высокую цену за обучение, если учреждение, предоставляющее услуги имеет такие отличительные особенности как: хорошее качество обслуживания, дополнительные характеристики образовательных программ, центр дополнительного профессионального образования, квалифицированные кадры ВУЗа (профессорский состав) и т.д.

3. *Каналы распределения* представляют собой способ передачи услуги или продажи продукта от производителя к потенциальному потребителю.

Томский Политехнический Университет предоставляет различные формы обучения как для студентов, так и для людей, получающих второе высшее образование: очная форма, заочная, очно-заочная, а также дистанционное обучение. Институт электронного

обучения (ИнЭО) является структурным подразделением федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Национальный Исследовательский Томский Политехнический Университет», старейшего технического вуза в азиатской части России. Сегодня ИнЭО ТПУ - это пространство, в котором обучаются около 7000 студентов из разных городов и стран, в котором работает большая команда разнопрофильных специалистов. Обладая многолетним опытом в работе, мощной технической базой и имеющий в своём составе высококвалифицированных преподавателей вуза, ИнЭО осуществляет подготовку профессионалов, востребованных и конкурентоспособных на современном рынке труда в технических,

экономических и гуманитарных сферах. ИнЭО ТПУ реализует программы первого и второго высшего образования по заочной форме обучения с использованием традиционной и дистанционной технологий обучения. [6]

4. Продвижение. Для увеличения объема продаж и получения прибыли высшие образовательные учреждения используют маркетинговые коммуникации, одной из целей которых является формирование лояльности потребителя к данному продукту. Маркетинговые коммуникации - это совокупность действий, средств и мер, направленных на управление процессом продвижения товаров и услуг на рынке. В таблице 2 представлены виды маркетинговых коммуникаций, которые ТПУ использует для продвижения товаров и услуг на рынке.

Таблица 2. – Виды маркетинговых коммуникаций

Виды коммуникации	Целевая аудитория	Способ воздействия
1.Реклама	Сегмент абитуриенты	Интернет, радио, журналы, листовки и т.д.
2.Связи с общественностью	Все общество	Пресс-конференции, журналы, социальные проекты, акции, массовые мероприятия
3.Личные контакты	Потенциальные студенты ТПУ	Различные мероприятия, например, «День открытых дверей», программы профориентации
4.Комплексные формы	Потенциальные студенты ТПУ	Ярмарки, выставки, конкурсы, олимпиады

Данная таблица была разработана после ознакомления с материалом, представленным в списке литературы [8].

5. Персонал ВУЗа в комплексе маркетинга. Данный раздел учитывает квалификацию и профессионализм преподавательского состава ВУЗа, который, безусловно, влияет на реализацию образовательных программ. Не менее важным аспектом является подготовка технического персонала, непосредственно контактирующего с клиентом до поступления в ВУЗ. ТПУ, как ведущее исследовательское

образовательное учреждение, стремится стать привлекательным местом работы для энергичных и инициативных людей за счет формирования интеллектуально насыщенной среды, достаточных материально-технических ресурсов, конкурентоспособного уровня оплаты труда и социального пакета. Это позволит университету обеспечивать баланс между преподаванием и наукой, привлекая к работе персонал, способный генерировать новые идеи, осваивать передовые образовательные технологии, активно заниматься научными исследованиями,

содействовать разностороннему развитию сотрудников и студентов. Среднесписочная численность НПП ТПУ – 1809 человек, в их числе: 22 действительных члена и члена-корреспондента государственных академий наук, 337 докторов и 1278 кандидатов наук. К научно-педагогической деятельности привлекаются высококвалифицированные специалисты – представители реального сектора экономики, ведущие сотрудники научно-образовательных организаций России и зарубежных стран. В целом, ключевой персонал ВУЗа обладает достаточным набором современных академических компетенций, подтверждением чего является удвоение за последние пять лет таких важных показателей развития университета, как публикационная активность, объем средств, привлеченных за счет научных исследований, число ежегодно защищаемых кандидатских и докторских диссертаций, количество иностранных студентов [5].

6. В микс маркетинге под физическим окружением подразумевают среду, в которой происходит предоставление услуги. Большую роль для потребителя играют все осязаемые объекты, которые используются в процессе обучения, такие как: помещение, техническое оборудование, учебные пособия и т.д.

7. Процесс. Под образовательным процессом понимается профессионально организованное взаимодействие преподавателя со студентами. На данный момент времени практически все ВУЗы оснащены электронным оборудованием, с помощью которого может быть осуществлена передача образовательной информации от преподавателя к студенту.

Таким образом, из вышеизложенного можно сформулировать следующие выводы:

- маркетинг образовательных услуг - совокупность разнообразных приемов, методов и инструментов организации работы для удовлетворения потребностей общества;

- основными задачи высшего учебного заведения в первую очередь являются - повышение уровня предлагаемых образовательных услуг, продвижение услуг посредством построения эффективной маркетинговой стратегии, создание и/или укрепление бренда ВУЗа, а также формирование лояльности потребительской аудитории;

- для реализации поставленных задач, высшие учебные заведения все чаще прибегают к разработке конкурентной маркетинговой стратегии, которая нацелена на удовлетворение потребностей потенциальных потребителей в образовательных услугах.

Необходимо отметить, что в сфере образования разработка маркетинговой стратегии является не только необходимым, но и научно обоснованным способом ведения успешной деятельности ВУЗа. Это объясняется тем, что внедрение маркетинга в сферу высшего профессионального образования оказывает положительное воздействие, как на специалистов в данной области, так и на потребителей их услуг, а именно абитуриентов и студентов.

Литература и источники:

1. Грахова Е.А. Маркетинг партнерских отношений: возможность адаптации в системе социального партнерства. Вестник Томского государственного университета. Экономика. Вестн. Том. гос. ун-та. - Томск: Изд-во Том. ун-та, 2013. – С.66-72.

2. Дейнекин Т.В. Маркетинговые коммуникации: Учебно-практическое пособие. – М.: Изд. центр ЕАОИ, 2008. – 80 с. [Электронный ресурс]. Режим доступа:

http://bibl.kfmesi.ru/files/ymk/markkom_1.pdf (дата обращения 20.11.2014г.)

3. Исследование рынка образовательных услуг и конкурентоспособности. [Электронный ресурс]. Режим доступа:

http://www.rsu.edu.ru/wordpress/wp-content/uploads/users/e.adzhieva/SMK/Issledovanie_rynka.pdf (дата обращения 20.11.2014г.)

4. Программа повышения конкурентоспособности Национального Исследовательского Томского Политехнического Университета среди ведущих мировых Научно-Образовательных Центров. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://tpu.ru/f/1128/viu.pdf> (дата обращения 23.11.2014г.)

5. Основная образовательная программа. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D>

[0%9E%D1%81%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%BD%D0%B0%D1%8F_%D0%BE%D0%B1%D1%80%D0%B0%D0%B7%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B0%D1%8F_%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D0%BC%D0%BC%D0%B0](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9E%D1%81%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%BD%D0%B0%D1%8F_%D0%BE%D0%B1%D1%80%D0%B0%D0%B7%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B0%D1%8F_%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D0%BC%D0%BC%D0%B0) (дата обращения 23.11.2014г.)

6. Институт электронного обучения. Институт сегодня. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://portal.tpu.ru/ido-tpu/about_ido (дата обращения 25.11.2014г.)

7. Топилина И.И. Разработка адаптивной маркетинговой стратегии ВУЗа». Вестник Самарского Государственного Экономического Университета / Самарский Государственный Экономический Университет (СГЭУ). – 2010, С. 80-82. (дата обращения 22.11.2014г.)

8. Сущность и виды маркетинговых коммуникаций. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://psyera.ru/2742/sushchnost-i-vidy-marketingovyh-kommunikaciy> (дата обращения 25.11.2014г.)

УПРАВЛЕНИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ

ПОНЯТИЕ ФОРМАЛЬНОГО И НЕФОРМАЛЬНОГО ЛИДЕРА В ОРГАНИЗАЦИИ

А.Г. Абеляшева

Научный руководитель – Н.В. Черепанова

В каждой организации, невзирая на состав ее участников и возраст со дня формирования, имеется два лидера – формальный и неформальный – и роль каждого исполняют разные люди, ведь сочетание в одном человеке формального и неформального лидера – явление практически невозможное. Итак, попробуем разобраться, кто они формальные и неформальные лидеры.

Формальный лидер (руководитель) – человек, имеющий влияние силой статуса или должности. Тот, кто официально имеет статус лидера, но фактически не выполняет его функции [3].

Это человек, который направляет работу других и несет персональную ответственность за ее результаты. Хороший менеджер вносит порядок и последовательность в выполняемую работу. Свое взаимодействие с подчиненными он строит больше на фактах и в рамках установленных целей.

Официально назначенный руководитель подразделения обладает

преимуществами в завоевании лидирующих позиций в группе, поэтому он чаще, чем кто-либо другой, становится лидером. Однако необходимо помнить, что быть руководителем не означает автоматически считаться лидером, так как лидерство в значительной мере базируется на неформальной основе.

Руководители предпочитают порядок во взаимодействии с подчиненными. Они строят свои отношения с ними соответственно тем ролям, которые подчиненные играют в запрограммированной цепочке событий или в формальном процессе принятия и реализации решений. Это во многом происходит оттого, что менеджеры видят себя определенной частью организации или членами особого социального института.

Руководители обеспечивают достижение целей подчиненными, контролируя их поведение и реагируя на каждое отклонение от плана.

Используя свой профессионализм, различные способности и умения,

руководители концентрируют свои усилия в области принятия решений. Они пытаются сузить набор путей решения проблемы. Решения часто принимаются на основе прошлого опыта.

Формальный лидер имеет поддержку в виде делегированных ему официальных полномочий и обычно действует в отведенной ему конкретной функциональной области [1].

Неформальный лидер – это сотрудник, не имеющий официально руководящей должности, но, благодаря определенным качествам личности в сочетании с жизненным опытом и поведением, занявший особое положение в коллективе. Он имеет большее влияние на окружающих, чем непосредственный руководитель. В основном, внутри коллектива неформальное лидерство зарождается стихийно, являясь своеобразным символом общности сотрудников. Оно основывается на личных симпатиях, компетентности и ряде психологических свойств (умение найти эффективный выход из трудных ситуаций). Неформальный лидер обычно пользуется очень большим влиянием в коллективе [4].

Зарождение неформального лидера в организации может происходить по разным причинам. Например, если в лице формального лидера в компании находится человек психически неустойчивый и нервный, не имеющий возможности руководить людьми вне конфликтной среды, то ему на помощь спешит лидер неформальный: его задача – успокоить коллектив, устранить конфликты, наладить отношения между сотрудниками и снять атмосферу нервозности и напряженности. Неформальный лидер, получая от коллектива уважение и признание, берет на себя властные полномочия, которые выражаются в принятии

основных решений и распоряжении коллективными ресурсами.

Важной характеристикой для распознавания неформального лидера в организации – это его присутствие в коллективе, реакция на него его членов и частота упоминаний о нем, цитирование его высказываний, ссылок на его слова, следование его указаниям и советам. Бывает, что неформальный лидер пользуется у руководства некоторыми привилегиями: возможность приходить позже на работу, лучше обустроенное рабочее место.

В большинстве случаев неформальный лидер является незаменимым и ценным специалистом на своем месте, ведь профессиональные качества являются важной составляющей его авторитета.

Основные отличия формального и неформального лидера:

1) формальный лидер, обладая более высокой должностью, имеет больше властных полномочий, чем неформальный лидер;

2) формальный лидер заботится об исполнении работы точно в срок и в конкретном объеме, в то время как неформальный лидер делает лишь ставку на отношения между людьми: в трудную минуту он способен создать в коллективе позитивную атмосферу, разрядить обстановку;

3) в своей деятельности формальный лидер придерживается стандартов (положения, инструкции, правила и т.д.), а неформальный лидер опирается лишь на свой авторитет в коллективе и на отношения с другими людьми [5].

На сегодняшний день, очень актуальна ситуация, когда неформальный лидер становится формальным. В этом случае, у первого появляются новые цели, главной из которой является достижение целей компании, вместо коллективных. Для него главное направить работу других,

при этом несет персональную ответственность за результаты. Вследствие этого, взаимодействие с подчиненными (бывшими коллегами) он строит уже больше на фактах и в рамках установленных целей. «Новый» формальный лидер уже не может сохранить ту атмосферу в коллективе, которая была раньше, не может в той же мере воздействовать на группу, он больше не является авторитетом в рамках человеческих отношений. Если раньше лидер мог мотивировать словом, то сейчас появляются новые методы мотивации, например материальные, угроза увольнения и т.п. Отсюда и возникают противоречия. Поэтому группа снова нуждается в неформальном лидере, которому необходимо сглаживать конфликты между начальником и подчиненными.

Как бы удачно ни складывались работа и отношения коллектива при наличии формального и неформального лидеров, однажды между ними могут возникнуть противоречия. Борьба двух лидеров обычно перерастает либо в открытый конфликт, итогом которого наверняка станет смещение неформального лидера с должности (работа коллектива резко ухудшится), либо в выдвижение решительного и твердого неформального лидера, который, скорее всего, одержит победу в битве с формальным лидером и займет его место. И как уже говорилось выше, скорее всего коллективу потребуется новый неформальный лидер [2].

Литература и источники:

1. Энциклопедия практической психологии [Электронный ресурс]. – Режим доступа http://www.psychologos.ru/articles/view/formalnuy_lider свободный.
2. Орловский Гос. университет Экономики и торговли [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://www.orelgiet.ru> свободный.

3. Психология [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://www.neopsyhology.ru/> свободный.
4. Дистанционное обучение [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://www.menta1-skills.ru/> свободный
5. Проект «Лидеры нации» [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://bestpeople.com.ua/> свободный.

ПРИРОДА ЛИДЕРСТВА В ОРГАНИЗАЦИИ

А.Г. Абеляшева

Научный руководитель – Н.В. Черепанова

С течением эволюции управленческой науки, увеличением количества потребностей, появлением все новых видов деятельности по причине разделения труда (выделения физического и умственного труда, скотоводства, земледелия, ремесел, торговли) намного усложнились социальные отношения. Общество становилось сложной системой, которой все больше требовалось упорядочение поведения индивидов, согласования человеческих потребностей и действий. Необходим был лидер, т. е. человек, который способен выявлять общие цели, способы их достижения, организовывать процесс распределения ролей и функций внутри организации [1].

Понятие «лидер» (происходит от английского «leader»- лидер, руководитель) – член группы, за которым она признает преимущества в статусе и право принимать решения в значимых для нее ситуациях, служит позитивным примером уникальной, креативной деятельности, играет ключевую (первостепенную) роль в функционировании организации или сообщества, побуждая личным примером к достижению высоких, именно созидательных (прогрессивных в социально-экономическом смысле) творчески-трудовых, духовных результатов [2].

Лидер – это зеркало группы, он появляется лишь в определенной группе, иными словами, какова группа таким и будет лидер. Необязательно, лидер, являющийся в одной группе, будет им же и в другой группе, поскольку существуют разные ожидания, цели, ценности.

Способность воздействовать на группу определяется различными социальными психологическими факторами. Большую роль играют доверие и любовь коллектива к своему лидеру.

Доверие к лидеру – это признание его высоких заслуг, полномочий и достоинств, признание его необходимости, результативности и правильности действий. Внутреннее согласие с ним, готовность действовать в точности с его приоритетами. При отсутствии средств принуждения, что часто бывает по природе лидерства, заставить идти за собой можно лишь на основе доверия. Именно доверие означает, что люди находятся во внутреннем согласии с лидером [3].

Способ воздействия лидера на общество зависит от некоторых свойств его последователей. Лидер очень сильно зависит от коллектива. Группа, имея образ лидера, – это модель, которая требует от лидера, во-первых, соответствия ей, а во-вторых – от лидера необходима способность выражать интересы всей группы. Именно при соблюдении данного условия последователи не просто идут, но и желают идти за лидером [1].

Понятие «лидерство», в свою очередь, происходит от английского «leadership» (лидерство, руководство) и представляет собой, в некотором смысле, процессуальную сторону бытия лидера, то есть его непосредственную деятельность. Лидерство возникает в системе неофициальных отношений и является специфическим инструментом организации и развития этих отношений.

При этом «главное в сущности лидерства является процесс

межличностного влияния, происходящий между лидером (наиболее активный, влиятельный член группы) и последователями (остальные члены группы, или ведомые), в котором иницилирующей групповые действия стороной выступает лидер» [5].

Известно, что лидерство как процесс базируется на следующих основных положениях:

- взаимодействии между лидерами и последователями;
- активном поиске перемен, возможностей постановки сложных задач, коммуникаций и мотиваций;
- формулировании видения и побуждении к действиям последователей; организации людей для решения сложных задач и получения результатов, превышающих их собственные ожидания» [6].

Таким образом, лидер - это символ общности и образец поведения группы. Обычно неформальный лидер выдвигается снизу (стихийно) и принимается последователями. Анализ природы лидерства показывает, что оно исходит из определенных потребностей людей и их объединений, которые и призваны удовлетворять лидеры.

Литература и источники:

1. Христоматия по культурологии [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://kulturoznanie.ru> – свободный.
2. Информационный ресурс психология в интернете [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://psihotesti.ru> – свободный.
3. Издательство «Креативная экономика» [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://www.creativeconomy.ru> – свободный.
4. Кричевский Р.Л. Психология лидерства. – М.: Статут, 2007. – С. 25.

5. BV-Salikhov [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://bv-salikhov.ru> – свободный.

СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ В УПРАВЛЕНИИ ПЕРСОНАЛОМ

К.С. Величко

Научный руководитель – Н.Ю. Шрайбер

Система управления персоналом играет ключевую роль в развитии компании долгосрочного периода. Поэтому перед организацией сразу же возникает проблема, которая заключается в качественном использовании методов управления. И важно отметить, что методы управления смогут положительно повлиять, если руководитель сформулировал четкую стратегию развития своей организации: либо это увеличение спроса на продукцию, либо расширение производства и разработка новых видов продукции и т. п.

Методы управления взаимосвязаны с принципами управления. Это означает, что методы являются способами реализации принципов - основополагающих фундаментальных правил, соблюдающихся для достижения конечных целей компании. Методы имеют альтернативный характер, то есть можно заменить один на другой, осуществить выбор. Они вытекают из принципов управления, поэтому их нельзя своевольно придумать. Прежде всего, современные методы управления персоналом должны основываться на знании о мотивации работника, на ее формировании в соответствии с задачами и целями, которые ставит перед собой организация, а также от стиля руководства [3, с.32].

Как было выяснено, эффективная работа компании в большей степени зависит от кадров. Поэтому первое, что необходимо – это деловая оценка персонала.

Под деловой оценкой персонала понимают процесс целенаправленного

установления качественных характеристик персонала требованиям своей должности. Данный метод позволяет разработать возможные пути совершенствования деловых или личностных качеств сотрудника, что в дальнейшем повлияет на трудоспособность, а значит принесет положительный эффект на развитие компании. Оценка должна проходить в три этапа: подготовка, аттестация, подведение итогов с последующими рекомендациями и тактиками.

Составной частью общей эффективности трудовых ресурсов является обучение персонала. Ведь от обучения зависит качество и результативность деятельности сотрудников в дальнейшем. Соответствие профессиональных знаний и умений современным требованиям производства и обеспечивает данный метод.

Стоит отметить и материальные поощрения, имеющие немалый вес в управлении персоналом. Например, большое внимание стимулированию творчества уделяют компании, ориентированные на инновации. Так, компания IBM поощряет идеи, которые находят свое применение. За это автор внедренного предложения получает 25% общей суммы экономии в течение двух лет.

На качество выполняемой работы могут существенно повлиять льготы и выплаты социального плана. Такие выплаты способствуют развитию духа приверженности к фирме, позволяя фирмам привлекать высококвалифицированных работников [4, с.14]. К таким выплатам можно

отнести: оплаченные праздничные дни, отпуска, время перерыва на отдых, время на обед, медицинское страхование на предприятии, дополнительное пенсионное страхование, предоставление бесплатных стоянок для автомобилей и т.п.

Однако следует отметить, что средством мотивации могут служить не только деньги, но и все, что способствует укреплению у человека чувства самоуважения, формирование сплоченности коллектива. Такое понятие носит название «корпоративная культура».

Корпоративная культура формирует стандарты поведения, стимулирует работников на достижение целей, определяет ценности и убеждения работников предприятия, формирует и ее имидж, создает дух коллективного «мы». Уже известен тот факт, что корпоративный дух увеличивает прибыль и качество выпускаемой продукции примерно на 15-20% [1, с.99]. Открытость и доверительность в отношениях между руководством и работниками, постоянное и точное информирование о производственно-экономической ситуации, складывающейся на предприятии, об ожидаемых перспективах и намечаемых действиях – важное условие успешности такой стратегии.

Руководителю важно помнить и том, что к активным действиям, в том числе и к труду, человека побуждает мотив в удовлетворении различных потребностей.

При осознании своих потребностей и желания их удовлетворить, у работника просыпается интерес, как это сделать. Это – внутренняя побудительная сила по отношению к конкретной деятельности, но только в том случае,

если человек уверен, что достичь желаемое ему по силам. Конкретные причины того или иного типа поведения людей упираются в конечном счете в их интересы, что немало важно держать в голове руководителю, стремящемуся в повышении эффективности управления персонала.

Основываясь на внутреннюю мотивацию, работники действуют спокойнее и добросовестнее, лучше усваивают задания и знания. Именно поэтому для мотивации сотрудников руководитель должен определить потребности и найти способ их удовлетворения, не забывая, что внутреннее побуждение к действию является результатом взаимодействия потребностей.

Чтобы успешно руководить рабочим персоналом, каждый менеджер должен хотя бы в общих чертах представлять, чего хотят и чего не хотят его подчиненные, каковы основные мотивы их поведения, в каком соотношении они находятся, как можно воздействовать на них и каких результатов при этом ожидать. Исходя из этого, он либо изменяет мотивационную структуру их поведения, развивая желательные мотивы, либо применяет методы, основанные на прямом стимулировании их действий [2, с.50].

Стоит отметить, что для достижения высоких результатов в организации труда и ее высокой производительности, необходимо выбирать такие управленческие методы, которые были бы «подходящими» для конкретного работника с учетом в полной мере ситуации. Использовать индивидуальный подход. Тогда, учитывая все нюансы, можно добиться наиболее полной трудовой отдачи.

Литература и источники:

1. Искусство управления персоналом: учебное пособие для экономических колледжей и вузов. - М.: Гелан, 2001. 411 с.
2. Менеджмент: учебное пособие. - СПб.: Изд-во Питер, 2000. 160с.
3. Современная служба управления персоналом: справочник кадровика. 2002. №5.
4. Управление социальным развитием и социальная работа с персоналом организации : учебно-практическое пособие / Государственный университет управления (ГУУ). М: Проспект, 2014. 64 с.

АДАПТАЦИЯ ПЕРСОНАЛА В ОРГАНИЗАЦИИ

А.Д. Дёрина

Научный руководитель – А.Ю. Карпова

Процесс адаптации сотрудников показан на практике, что 90% людей [9], увольняются с работы, проработав в фирме лишь год, и затем они увольняются, приняв решение об увольнении уже в первый день своего рабочего дня в компании. Обычно новичок встречает большое количество сложностей, главная масса, которая появляется именно с отсутствием информации об особенностях коллег, о порядке работы и месте расположения и т.д. Поэтому специальный процесс адаптации введения нового сотрудника в компанию может способствовать устранению большому количеству проблем, которые появляются в начале первых дней работы.

Актуальность данной темы обуславливается, тем что в целях того чтобы труд работника сделать более производительным с первых дней работы, для этого важно применить приемы и методы, которые облегчат профессиональную деятельность и адаптацию в коллективе. Каждый работник является личностью в организации, и ему необходимо время для того чтобы влиться в организацию [1].

И когда новый работник появляется в организации, он доставляет с собой свои приобретенные взгляды и опыт, которые могут быть одобрены или не одобрены в новой организации. Процесс, который хорошо продуман, помогает своим работникам быстрее влиться в компанию и выйти на новый уровень и стать более эффективным. И это улучшение необходимо для самой компании, нежели чем новичку, ведь только сама компания должна быть заинтересована в достижении эффективности и

максимальной отдачи от своих сотрудников.

Если взять «трудовую жизнь» среднестатистического работника, то можно выделить следующие этапы его адаптации с момента трудоустройства до момента стабильной работы:

1. Предварительный этап. Его длительность зависит от срочности закрытия вакантной должности и может составлять от пары дней до нескольких недель. В это время для новичка подготавливаются рабочее место, комплект рабочей одежды, выделяется компьютер или иная техника, определяется наставник. У работника, который пришел в организацию, где данному этапу уделялось должное внимание, возникнет ощущение стабильности и надежности, что немаловажно при выборе места работы. Если кандидат уже определен на ту или иную должность, неплохо познакомить его с коллективом до момента трудоустройства - это снимет некую психологическую напряженность.

2. Вводный этап - это, как правило, первая неделя работы, когда сотрудник оформляется в отделе кадров, подписывает трудовой договор, должностную инструкцию, ознакомливается с правилами внутреннего трудового распорядка и иными локальными нормативными правовыми актами, проходит инструктаж по технике безопасности и охране труда, знакомится с руководством компании, коллегами, подчиненными.

3. Вхождение в должность - один из ключевых этапов, на котором становится понятно, справляется ли новый работник с поставленными целями и задачами и продолжит ли он

свою трудовую карьеру в данной организации. Вхождение в должность длится около трех месяцев, то есть в течение испытательного срока. За этот период работник нарабатывает определенные схемы межличностных отношений в коллективе, применяет свои профессиональные навыки и умения при выполнении поставленных задач, проходит обучение, которое может выражаться в форме наставничества или посещения курсов и тренингов. В рамках данного этапа очень важно оказывать новому сотруднику психологическую поддержку, оценивать эффективность его деятельности, при необходимости помогать в решении промежуточных задач, приводить практические примеры решения аналогичных ситуаций в организации, а также оказывать содействие в налаживании отношений с коллегами.

4. Заключительный (функциональный) этап. На данном этапе подводятся итоги прохождения испытательного срока, оцениваются профессиональный уровень и подготовленность работника к выполнению должностных задач. Работник, прошедший испытательный срок, как правило, характеризуется и как успешно прошедший трудовую адаптацию. На данном этапе он не испытывает чувства напряжения, страха, неуверенности; овладел необходимым объемом знаний и навыков, профессиональной ролью; показатели его работы устраивают руководителя подразделения; сотрудник свободно и легко общается с коллегами и умеет как найти компромисс, так и отстаивать свое мнение [6].

Так же существуют несколько методов для облегчения адаптации у сотрудников:

- инструктаж на рабочем месте;
- тренинг, деловая игра;
- беседа;
- ознакомительная экскурсия;

- демонстрация учебных фильмов;
- наставничество;
- кураторство со стороны кадровой службы;
- тестирование.

Методы адаптации подбираются индивидуально, применительно к конкретному работнику с учетом его профессиональных навыков и психофизиологического состояния.

Советы для новичков: [10]

1. Освободите время для отдыха. Современный человек помимо работы имеет много самых разных дел. После рабочего дня он обычно из одной суеты попадает в другую - бытовую (покупки, дела, встречи и т. д.). Во время адаптационного периода желательно временно отложить другие дела и позаниматься после работы чем-нибудь спокойным и приятным - принять ванну, почитать что-нибудь, не относящееся к трудовой функции, сходить в театр и пр.

2. Увеличьте продолжительность ночного сна. Во время адаптации сил тратится больше, поэтому спать необходимо дольше обычного.

3. Пользуйтесь обеденным перерывом не для того, чтобы сделать что-то еще, а для отдыха. Многие сотрудники часто используют обеденное время не для отдыха, а наскоро перекусив, доделывают какую-нибудь работу, разговаривают с нужным человеком и т. д. Во время адаптации не стоит пренебрегать временем отдыха, ведь оно позволяет сохранять силы и рабочее настроение.

Эффективная психическая адаптация представляет собой одну из предпосылок к успешной профессиональной деятельности.

Если сотрудника еще не уволили, или он не нашел врага среди коллег, — то значит, что фаза адаптации прошла успешно и теперь можно приступать за серьезную работу.

Литература и источники:

1. Базаров Т. Ю. Управление персоналом. - М., 2007. – 406с.
2. Виханских О.С, Наумов А.И. Менеджмент: Учебник - М.: Гардарики, 2005-528 с.
3. Егоршин А. П. Управление персоналом: Учебник для вузов. 3-е изд. - Н. Новгород,: 2007. – 357с.3.
4. Кибанова А.Я. Управление персонала организации. пособие. - М.: ИНФРА-М, 2005. - 296 с.
5. Кнорринг В.И. Теория, практика и искусство управления. Учебник - М : НОРМА, 2005.-528 с.
6. Марченко О.И. Управление персоналом - М.: 2007. – 423с.
7. Маслов Е. Б. Управление персоналом предприятия. - М., 2008. – 433с.
8. Попов С. Г. Управление персоналом. - М., 2008. – 372с.
9. Мордвин С.К. Введение в новую должность. www.elitarium.ru
10. Федчук Ю. А. Программа набора и адаптации персонала // Справочник по управлению персоналом. 2007. № 9. – 386с.

РОЛЬ И МЕТОДЫ МОТИВАЦИИ СОТРУДНИКОВ В УПРАВЛЕНИИ ПЕРСОНАЛОМ ОРГАНИЗАЦИИ

Ю.В. Друшлякова

Научный руководитель – Н.А. Жернова

В современных условиях рынка для управления организацией и обеспечения максимальной результативности ее работы необходимо в первую очередь повышать качество трудовой деятельности предприятия. В связи с постоянной сменой интересов, приоритетов и сложной структурой потребностей персонала, систематическая мотивация трудовых ресурсов является наиболее актуальной темой.

Мотивация сотрудников проявляется в активном вовлечении их в трудовой процесс путем повышения их общей заинтересованности в достижении эффективных конечных результатов [4]. Но чтобы понять, какими методами осуществлять мотивирование сотрудников, нужно разобраться в главных целях мотивации, а именно – в ее роли в управлении персоналом организации.

Грамотный руководитель должен установить зависимость между качеством выполняемой сотрудниками работы и удовлетворением их потребностей. Для значительного роста трудовой отдачи персонала следует особое внимание обращать на то, какие потребности движут его подчиненными, а затем предпринимать действия, направленные на своевременное осуществление этих потребностей.

Четко разработанная мотивационная система на предприятии, позволяющая повысить социальную и творческую активность сотрудников, а также привлечь их к решению постоянно возникающих производственных проблем, будет положительно воздействовать и на

другие системы управления коллективом. Поэтому основная цель мотивации персонала – это появление заинтересованности и желания у сотрудника добиваться поставленных перед предприятием задач. Следовательно, если таких сотрудников будет становиться больше, то и эффективность работы всего предприятия будет повышаться.

Отсюда вытекает следующая цель – создание сплоченного коллектива. Ее не так просто достичь, ведь при потере интереса к выполняемым обязанностям сотрудники уходят, причиной чего является недостаток мотивации. Во избежание такой тенденции идеальным вариантом считается, когда цели компании совпадают с личными целями работника, либо первые являются шагом на пути к достижению последних.

Для того чтобы добиться такого успеха, необходимо правильно использовать и сочетать методы мотивации, при этом они не должны отрицательно сказаться на других способах повышения эффективности деятельности организации, то есть быть оптимальными именно для данного предприятия.

Прежде всего, это касается материальных методов стимулирования, когда с ними следует сопоставить цели ведения бизнеса. Например, эффективность таких методов будет снижаться, если поощрять сотрудников за решение отдельных вопросов, а не за общее выполнение плана [1].

Материальная мотивация заключается в стимулировании работников организации к активности путем совершенствования системы

оплаты труда [2]. Наиболее распространенным видом материального поощрения является непосредственно повышение заработной платы. Затем следует выдача различных премий и вознаграждений за качественное выполнение трудовых обязанностей. Нередко используется метод дополнения к основному окладу в виде процента от выручки, что будет влиять на более активную работу сотрудника. Некоторые предприятия используют бонусы за какие-либо успехи [1].

Например, на угледобывающих предприятиях компании ЗАО «Стройсервис» за выполнение установленной нормы выработки ежегодно выдается премия 100 тысяч рублей. Лучшие бригады предприятий становятся членами корпоративного «Клуба миллионеров», попасть в который считается очень престижным достижением [5].

Но, несмотря на универсальность вышеуказанных способов, далеко не всегда их применение может приносить пользу. Может случиться так, что сотрудник, получив небольшое увеличение заработной платы, со временем привыкает к уровню своего заработка и требует еще большего его прибавления, угрожая собственным увольнением. Или, например, одинаковый размер бонусов для разных по значимости достигнутых работником результатов вызывает еще большее нежелание выполнять свои служебные обязанности [1].

Используя лишь методы материального поощрения сотрудников, можно добиться только краткосрочного эффекта увеличения эффективности их работы, к тому же руководитель не сможет постоянно стимулировать работника денежными средствами.

Поэтому любому предприятию необходимо использовать и нематериальные методы мотивации сотрудников. Их применение требует

более тщательной разработки, так как для каждой группы сотрудников с разным статусом нужен свой подход. Кроме того, на каждом предприятии, использующим данный метод мотивации, должны быть свои критерии оценки сотрудников, а последние должны быть полностью проинформированы об этих критериях.

Адресная нематериальная мотивация может выражаться в словесной похвале за выполненную работу, либо в форме поздравлений от коллектива и руководства. Такая мотивация будет стимулировать сотрудника к повторению положительных результатов своей работы. Критерии, по которым производится оценка персонала, должны быть строго объективными и не могут меняться для каждого конкретного работника, иначе может возникнуть неравенство в коллективе [1].

К примеру, на угольном предприятии ОАО «Южный Кузбасс» каждый сотрудник, работающий не менее года в этой компании, имеет право на ежеквартальное вознаграждение за выслугу лет. Также на этом предприятии проводится обучение менеджеров всех уровней, а также осуществляется программа подготовки кадров. Возможность применения знаний на практике стимулирует работников компании «Южный Кузбасс» повышать свой профессиональный уровень [5].

Внутри предприятий компании «Стройсервис» каждый месяц проводятся производственные соревнования между бригадами, а каждый квартал – конкурсы «За работу без травм и аварий» и «Технологические автодороги» среди бригад и предприятий компании «Стройсервис», а также между участками открытых горных работ. Призами за победу становятся кубки, почетные грамоты, денежные

вознаграждения за высокую производительность и безаварийность труда. Такой подход компании позволяет создать здоровую конкуренцию среди своих предприятий.

Еще одна компания угольной отрасли, активно внедряющая в свою кадровую политику системы дополнительного стимулирования работников – ОАО «СУЭК-Кузбасс». Здесь мощное стимулирование оказывают два созданных в 2009 году клуба – «Добычник» и «Проходчик», в которые входят бригады добычных участков, начальники участков, директора шахт и их заместители по производству. Каждое полугодие клубы проводят заседания, проходящие в неформальной обстановке с развлекательной программой, по итогам которых самым лучшим бригадирам вручают автомобили и другие ценные призы, дипломы, кубки и грамоты. Кроме того, осуществляется внеплановое материально-техническое оснащение для самых отличившихся бригад.

С помощью этих клубов компании удается эффективно использовать как трудовые ресурсы, что положительно сказывается на корпоративной культуре компании, так и производственные мощности, увеличивая тем самым прибыль [5].

Еще один вид нематериальной мотивации – это вознаграждение свободным временем. Является наиболее эффективным для работников со свободным графиком и позволяет ускорить выполнение работы, исключая потери времени из-за траты его на личные надобности.

Но самый предпочитаемый сотрудниками нематериальный метод мотивации – это повышение в должности. Ведь кроме увеличения материального благосостояния, происходит также и личностный рост [2]. Правильно подобранные и справедливые нематериальные способы

мотивации позволяют сплотить коллектив, установить неформальные дружеские контакты, что так важно для корпоративной культуры в современных организациях.

Бывает и так, что нематериальным методом мотивации может оказаться наказание работника за какое-либо нарушение [4]. Таким наказанием бывает как лишение сотрудника премии, либо неоплачиваемая сверхурочная работа. В крайнем случае возможно и увольнение. Такой подход будет стимулировать других сотрудников не допускать подобных ошибок и нести полную ответственность за свою работу, что обеспечит соблюдение дисциплины в организации.

Ответственность тоже является своего рода методом управления, ведь управляющий, ставя перед своим подчиненным определенные рамки ответственности за свою работу, сможет контролировать и воздействовать на деятельность как отдельного сотрудника, так и всего коллектива.

Существуют и другие методы трудовой мотивации, сочетающие в себе одновременно материальный и нематериальный подход. Например, это социальные льготы: медицинское страхование, оплата больничных листов, поощрение за длительный стаж работы, оплата обедов, проезда, обучения, семинаров. Может быть предоставлена материальная помощь при особых случаях, таких как день рождения, свадьба, рождение ребенка, длительная болезнь, несчастный случай. Также возможно предоставление кредитов для сотрудников, различных видов консультаций, аренда жилья и оплата личного автомобиля сотрудника. Некоторые предприятия предоставляют за свой счет путевки в санатории, а также помогают устроить ребенка в детский сад [3].

Например, на предприятиях «Стройсервиса» лучшим работникам в канун дня шахтера предоставляются путевки на отдых за границей. К тому же оплачиваются не только сами путевки, но и добавляются большие суммы на «карманные расходы». А на юбилейных собраниях предприятий самых лучших работников награждают легковыми автомобилями [5].

Опыт российских исследований показывает, что работники при поиске работы большее внимание уделяют именно нематериальным факторам, так как для них важно иметь возможность для самореализации, повышать свой профессиональный уровень и ощущать психологический комфорт в коллективе [3].

Таким образом, мотивация персонала является важной составляющей в работе организации. В задачи менеджера входит поиск индивидуального подхода к каждому конкретному коллективу, а также внедрение мощных стимулов, побуждающих сотрудников к новаторству, экспериментам и самостоятельности.

Поэтому необходимо выявить такие мотивы и предоставить сотруднику такие условия, которые будут непосредственно влиять на качество его трудовой деятельности и стимулировать к достижению

поставленных целей как перед отдельным работником, так и перед всей организацией.

Успешность приведенных в пример компаний угольной отрасли объясняется активным использованием различных методов дополнительного стимулирования персонала. Но важнее то, как и в каких случаях эти методы используются и сочетаются, чтобы трудовая отдача от сотрудников была максимальной.

Литература и источники:

1. Богатырева, М.Р., Закирова, Д.Р., Абдрахманов, Ф.Ф. Материальная и нематериальная мотивация персоналам / Сборники конференций НИЦ Социосфера. 2013. № 57-1. С.46-47.
2. Гордеева, В.Е. Мотивация персонала в организациях // Экономика и управление: анализ тенденций и перспектив развития. 2013. № 4-1. С.217-222.
3. Обуховская, И.Ф. Мотивация персонала как условие и средство достижения целей организации // Актуальные вопросы экономических наук. 2013. № 35. С.85-89.
4. Овсяк, Н.В. Мотивация персонала: сущность и современные проблемы / Бизнес Информ. 2014. № 2. С.205-210.
5. Стимул рождает инициативу // Уголь Кузбасса. 2012. № 1. Режим доступа: <http://www.uk42.ru/index.php?id=1735>.

НАВЫКИ ВЛАДЕНИЯ ДЕЛЕГИРОВАНИЕМ ПОЛНОМОЧИЙ ПЕРСОНАЛА

К.А. Карпова

Научный руководитель – Н.В. Черепанова

Чем выше ответственность и больше работы у руководителя, тем менее эффективным будет принцип: «Хочешь что-то сделать хорошо, сделай лучше это сам». Способность делегировать это не только возможность освободить время для стратегических мыслей, но и средство для мотивации сотрудников. Делегирование – это не перекладывание того, что менеджеру не интересно, или того, что он не успевает сделать. Это жизненная необходимость для руководителей, которая несомненно имеет свою рецептуру.

Менеджер любого звена – это центр, работающий через множество делегирований. От их количества и качества зависит конечный результат деятельности, именно поэтому каждый менеджер обязан владеть в совершенстве умением делегирования.

Этот навык считается на столько базовым для руководителя, что его даже не включают тренинговые программы и не изучают как технику. Но простое и обыденное делегирование вызывает проблемы на практике. Делегирование объединяет такие знания руководителя как целеполагание, мотивация, фидбэк и коучинг. Однако самое главное – менеджеру важно знать своих подчиненных. В этом и парадокс такого простого и сложного одновременно делегирования [4, с 24]. Схема делегирования кажется такой простой: выяснить делегируемое, определить подчиненных, поставить задачу и следить за выполнением.

Но так ли просто в реальности? А почему тогда многие менеджеры боятся делегировать? Из-за чего некоторые вообще не делегируют, а некоторые делегируют все подряд не

разбираясь кому делегируют? С точки зрения психологии – это бессознательный шантаж.

Делегировать – означает, наделить полномочиями, определить задачу и ответственность. Поэтому стоит доверять другому свою долю ответственности и полномочий, часть успеха, прибыли.

Менеджер может стать зависим от чьих-либо умений и качеств, упустить время на переделывание и объяснения – то есть быть шантажируемым со стороны сотрудников. Выглядит это следующим образом: «Я буду делать, если руководитель попросит... уделит для моих вопросов больше времени... будет чаще консультировать меня... Но шантаж может быть еще хуже – в том случае если подчиненный отказывается выполнять работу, начиная таким образом, обратно делегировать.

Эта ловушка в практике делегирования может существовать в двух формах: жесткой и мягкой.

Эта ловушка в практике делегирования может существовать в двух формах: жесткой и мягкой [10].

Жесткая форма: Задача открыто возвращается руководителю. Пример.

Руководитель: Я хочу Вам поручить работу над проектом X.

Подчиненный: Что Вы, Иван Сергеевич, только Вы обладаете достаточными компетенциями для работы над этим проектом!

В данном случае задача явно возвращается обратно руководителю. К сожалению, иногда руководители воспринимают подобную реакцию подчиненного как комплимент своему профессионализму в зоне экспертной власти.

Результатом может стать погружение руководителя в толь-ко что делегированную задачу и уклонение от исполнения непосредственно управленческих обязанностей.

Мягкая форма: Задача открыто не возвращается, но, по сути, ее решает руководитель. Пример.

Сотрудник, который вместо того, чтобы самостоятельно принимать решения в пределах делегированных ему полномочий, все время обращается к руководителю за консультацией или предлагает оценить свои идеи.

В этом случае внешне все выглядит так, будто сотрудник принял задачу и приступил к работе над ней. Однако он постоянно беспокоит вас вопросами, предложениями, просит прокомментировать свои идеи и т.п., тем самым отвлекая вас от исполнения управленческих функций и погружая в работу специалиста.

Как правило, это вызвано стремлением подчиненного снять с себя ответственность за возможные ошибки в принятии решения («Вы же сами мне это посоветовали!»). Руководителю крайне важно понимать, с какой целью приходит подчиненный к нему за консультацией. Нужно понимать, что целью посещения сотрудником руководителя может быть не только потребность в уточнении ситуации и консультировании, но и желание уйти от ответственности.

Данная ситуация неприемлема. Такую деятельность подчиненных необходимо пресекать сразу же.

Однако руководители тоже занимаются шантажом. Если менеджер злоупотребляет делегированием, то подчиненные чтобы получить поощрение или признание готовы приступить выполнять задание в любой момент. Эта ситуация тоже неприемлема, ведь профессионалы своего дела сразу будут искать другие варианты работы. И все же руководителю придется встретить

сопротивление, а пройдет время и станет ясно, что лидерский потенциал в его команде низкий. Потому что делегируя большую часть своих полномочий подчиненные уже не будут видеть своего руководителя в этой роли и найдется сотрудник который примет на себя все обязанности и займет его место. Делегируя, нужно оставаться главным, иначе – можно потерять должность.

Но в одиночку все сделать не получится. Тем более что процесс делегирования объединяет сотрудников, партнеров, подчиненных, рабочих, а также временных консультантов. Делегирование может стать способом развития и обучения персонала; оказывать помощь в поиске талантов; освободить время менеджера для поиска решений по важным вопросам для всей организации.

При этом очень важно чтобы руководитель четко знал свою цель и удерживал ее, потому что при делегировании передается только часть ответственности, главная ее часть лежит на руководителе. Также необходимо относиться к делегированию как к непрерывному процессу, где взаимодействует каждый сотрудник, получающий регулярно задания, выполняя которые он развивается.

Процесс делегирования – это повседневная необходимость, имеющая свою рецептуру. Чтобы сделать это правильно, надо – определить задачу, наделить полномочиями, где-то провести обучение, объяснить ответственность и обязательно замотивировать подчиненных.

Что нужно делегировать?

- рутинную деятельность – повторяющиеся процессы, которые затратные по времени, а результат небольшой. Это сбор информации, различные отчеты, звонки, почта, ответы на письма.

- специализированная деятельность – работа, которая требует

специализированные знания и большой опыт. Это написание текстов, подготовка совещаний, презентаций.

Помимо этого, руководителям получившим повышение, следует делегировать любимые виды деятельности. Так как это время можно потратить на более важные задачи или просто устроить прогулку – отдохнуть [7, с 44].

Что не нужно делегировать?

- процедуры связанные с традициями компании. Награждения, поощрения, поздравления.

- политические и антикризисные мероприятия. Политика компании ограничивает возможности принятия решений. Менеджер может делегировать выполнение задания в соответствии с политикой компании. Но он не должен делегировать ответственность, предполагающую определение политики компании, принятие решения и выбор стратегии выхода из кризиса.

- личные встречи с персоналом – и по инициативе руководителя и по инициативе сотрудника. Такие встречи могут быть вызваны: желанием установить обратную связь, необходимостью постановки целей, проведения аттестации. А также дисциплинарные взыскания и поощрения, разрешение конфликтных ситуаций.

- делегирование. Делегировать делегирование через посредника нельзя. Делегирование через секретаря самая распространенная ошибка [4, с 21].

Выбрав задачу для делегирования, следует определить подходящего сотрудника. При этом нужно быть достаточно осторожным, так как за действия подчиненного придется нести ответственность, как менеджерскую так и гражданскую.

Выполнение задачи во многом зависит от правильно подобранного персонала. Выбирая подчиненного, менеджер должен помнить, что

передает ему часть своей личной ответственности, а также часть своих полномочий, и поэтому относиться к отбору следует со всей ответственностью. В связи с этим Э. Карнеги сказал: «Секрет успеха не в том, чтобы выполнить свою работу, а в том, чтобы найти правильного человека, который бы это сделал» [9, с 13].

Правильный выбор сотрудника – сочетание навыков и личности с заданием. Для того чтобы избежать ошибки в выборе, менеджеру необходимо после наблюдений ответить самому себе на следующие вопросы:

Каковы профессиональные навыки данного человека, насколько он подготовлен технически?

↓
Что он хотел бы изучить в компании, в какой области планирует развиваться?

↓
Какой участок работы знает меньше/больше всего?

↓
Какие особенности выстраивания взаимоотношений?

↓
Готов ли кандидат к изменениям в его обязанностях?

↓
Стремится ли к успеху? [5, с 31]

Как правило, эффективнее работает тот, кто стремится к успеху. Таким образом, подбирается и мотивация сотрудника на выполнение делегируемого задания – по принципу пересечения двух сфер – интересов компании и интересов сотрудника в его личном развитии и продвижении [5, с 22].

В заключении хотелось бы отметить, что правильно делегировать – значит продвигаться вперед. И это не только управление временем, это управление людьми, а значит управление результатом во времени.

Делегирование – это такой процесс, которому нужно и можно научиться. К тому же его можно использовать не только как для достижения результата, но и для оценки, мотивации и развития карьеры. Степень обладания навыком делегирования показывает эффективность руководителя. Менеджер в полной мере владеющий данным навыком, имеет намного больше шансов стать лидером более высокого уровня.

Очень важно чтобы менеджер овладел данным инструментом, и оно не обернулось шантажом. Использование в работе навыков делегирования в полной мере обернется для компании положительным ростом, а именно увеличением прибыли.

Литература и источники:

1. Библиотека учебной и научной литературы. [Электронный ресурс] – режим доступа - http://sbiblio.com/BIBLIO/archive/veresov_delegirovanie/ дата обращения: 01.11.2013
2. Гарантии успеха при делегировании. [Электронный ресурс] – режим доступа <http://delovoymir.biz/ru> - дата обращения: 29.11.2014
3. Делегирование полномочий в менеджменте. [Электронный ресурс] – режим доступа - <http://hr-ru.com/2010/07/delegirovanie-polnomochij-v-menedzhmente/> дата обращения: 28.10.2013
4. Искусство делегирования полномочий. [Электронный ресурс] – режим доступа <http://itmanagement.com.ua>- дата обращения: 29.11.2014
5. Как выбрать сотрудника для делегирования? [Электронный ресурс] – режим доступа <http://hr-portal.ru> - дата обращения: 12.11.2014
6. Кинан К. Делегирование полномочий. - Москва:, 2006г. - 10с.
7. Мария Урбан. Успех чужими руками: Эффективное делегирование полномочий. – Москва:, Альпина Паблишер, 2012 г. - 246с.
8. Обратное делегирование. [Электронный ресурс] – режим доступа <http://hr-portal.ru> - дата обращения: 21.11.2014
9. Правильный выбор сотрудника. [Электронный ресурс] – режим доступа <http://iknowbusiness.ru> - дата обращения: 22.11.2014
10. Обратное делегирование [Электронный ресурс] – режим доступа: http://hrpraktika.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=342&Itemid=384

ПРАВИЛА ПЕРЕДАЧИ ПОЛНОМОЧИЙ ПОДЧИНЕННЫМ

К.А. Карпова

Научный руководитель – Н.В. Черепанова

Делегирование как процесс передачи заданий, полномочий и ответственности на нижние уровни организационной иерархии, процесс достаточно сложный.

Для того чтобы процесс делегирования был успешным, нужно определить перечень заданий, передающийся подчиненным. Необходимо тщательно обдумать какие права и обязанности будут переданы и кому они будут переданы. К тому же нужно делать так, чтобы порученная работа помимо успешного выполнения, содействовала бы карьерному росту сотрудников.

Помимо этого, подчиненному, которому передаются определенные функции, следует:

- объяснить, каких результатов ждет руководитель;
- рассказать, с какими документами исполнитель должен ознакомиться;
- оговорить сроки выполнения поручения и порядок отчетности [1, с 22].

Важно передавая полномочия, не нужно исключать контроль за выполняемое задание. Ведь делегирование не освобождает менеджера от ответственности за полученные результаты.

Одним из важнейших этапов делегирования является документирование этого процесса.

В повседневной деятельности оказывается неудобным указывать в нормативных актах, например, должностных инструкциях, конкретные лица, в адрес которых происходит делегирование полномочий, потому что бывают случаи увольнения или руководитель просто принимает

решение о делегировании полномочий другому подчиненному и следовательно в должностную инструкцию придется вносить изменения. Поскольку лицо, в адрес которого осуществляется делегирование, необходимо все же указывать. Самый удобный и лучший вариант, это – издание приказа.

Существуют компании, где не фиксируют порядок делегирования в локальном нормативном акте. Они посредством приказа прописывают передачу обязанностей и прав руководителя. Однако надо соблюдать и требования ч. 6 ст. 20 ТК РФ, где упоминаются именно локальные акты, а не приказы [11, с15].

Бывают случаи когда делегируемые полномочия дают возможность представлять руководителя во взаимоотношениях с третьими лицами, здесь к приказу дополнительно нужна еще и доверенность. В данной ситуации в преамбулах договоров будет указываться, что уполномоченное лицо действует на основании доверенности с указанием ее реквизитов – даты и номера [5, с 23].

В данной статье мы сосредоточимся на документальном сопровождении делегирования и на механизме передачи полномочий.

Для того чтобы передача полномочий реализовалась и была правомочна, перед передачей полномочий необходимо провести проверку учредительных документов организации. К примеру: если в уставе компании четко определено – полномочия по подписанию договоров с сотрудниками и изданию приказов принадлежат только генеральному директору и не могут быть доверены

заместителю, без внесения изменений в существующий устав передача указанных прав не может быть осуществлена.

А если действующим указом организации передача полномочий разрешена, то этот порядок делегирования следует зафиксировать в локальном нормативном акте. К тому же нужно внести изменения в трудовой договор директора, перечислив полномочия, разрешенные к передаче подчиненным.

Однако следует учитывать и такие положения, которые нельзя делегировать:

- 1) Планирование основного проекта и, соответственно, планирование работы подразделения в целом.
- 2) Подбор команды исполнителей проекта
- 3) Контроль за работой команды и контроль за работой каждого сотрудника подразделения
- 4) Стимулирование членов команды и их мотивация,
- 5) Оценка членов команды
- 6) Вознаграждение членов команды.
- 7) Отчет по результатам выполненного проекта [8, с 35].

Но и в трудовой договор сотрудника либо в должностную инструкцию тоже вносятся изменения, при этом тоже указываются делегируемые уму обязанности и права.

Делегирование должно быть оформлено приказом. Работник обязательно должен с ним ознакомиться, а помимо него еще и те лица, которых может коснуться данная передача полномочий. Например, следует ознакомить бухгалтера с приказом о делегировании права подписи некоторых документов, с тем, чтобы бухгалтер знал с какой подписью можно принимать документы к учету.

К тому же руководитель выдает доверенность уполномоченному лицу

на право совершения определенных действий.

В заключении хотелось бы отметить, что процесс передачи полномочий достаточно сложен, потому что необходимо учитывать статьи законов, нормативных актов, учредительных документов компании. Помимо этого делегирование требует тщательной подготовки соответствующих документов: доверенности, приказы, изменения в трудовых договорах, как руководителя, так и сотрудников и даже изменения в правилах внутреннего распорядка. Однако менеджеру любого звена необходимо освоить данный процесс, на сколько бы не был он сложным, для того чтобы направлять освобожденное время на важные задачи компании.

Литература и источники:

1. Акулич И.Л., Демченко Е.В Основы маркетинга. – 2-е изд., испр. – М.:Высшая школа, 2009г.
2. Багиев Г.Л. Методы получения и обработки маркетинговой информации. СПб.: Изд-во СПбУЭФ, 2012 г.
3. Библиотека учебной и научной литературы. [Электронный ресурс] – режим доступа - http://sbiblio.com/BIBLIO/archive/veresov_delegirovanie/ дата обращения: 01.04.2014
4. Делегирование полномочий в менеджменте. [Электронный ресурс] – режим доступа - <http://hr.ru.com/2010/07/delegirovanie-polnomochij-v-menedzhmente/> дата обращения: 28.03.2014
5. Искусство делегирования полномочий. [Электронный ресурс] – режим доступа - <http://hr-portal.ru> дата обращения: 25.03.2014
6. Кинан К. Делегирование полномочий. - Москва:, 2006г. - 10с.
7. Мария Урбан. Успех чужими руками: Эффективное делегирование полномочий. – Москва:, Альпина Паблишер, 2012 г. - 246с.

8. Проблемы эффективного управления. [Электронный ресурс] – режим доступа - <http://itmanagement.com.ua> авторы дата обращения: 31.03.2014
9. Проблемы при делегировании. [Электронный ресурс] – режим доступа - <http://www.adventure-world.ru> дата обращения: 29.03.2014
10. Разговоры о делегировании. [Электронный ресурс] – режим доступа - <http://iknowbusiness.ru> дата обращения: 29.03.2014
11. Трудовой кодекс Российской Федерации

ОСОБЕННОСТИ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА В СОВРЕМЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

Т.А. Крымова

Научный руководитель – Н.В. Черепанова

В современном менеджменте большое значение приобретает мотивация персонала. Мотивация является одним из основных средств обеспечения оптимального использования ресурсов и имеющегося кадрового потенциала. Главной целью мотивации является получение максимальной отдачи от имеющихся трудовых ресурсов, что позволяет повысить прибыльность и результативность деятельности организации.

Особенностью управления персоналом в современном менеджменте является значимость личностных качеств работника. Тем самым система стимулирования меняется и меняет соотношение стимулов и потребностей. Для мотивации персонала организации сегодня используют как финансовые, так и нефинансовые методы стимулирования.

На наш взгляд, данные определения являются наиболее верными.

Мотивация – одна из главных функций менеджмента. Она определяет ряд факторов (побудительных сил), помогающих выполнению определенных задач, направленных на достижение целей организации [2].

Мотивация – процесс стимулирования человека (работника, исполнителя) или группы людей к деятельности, направленной на достижение целей организаций [3].

В данных понятиях ярко прослеживается, что главной целью мотивации является достижение цели организации, а к этому и стремится каждый современный руководитель.

Существует множество теорий мотивации персонала, каждая по своему уникальна и в той или иной мере способна максимизировать не только прибыль организации, но и сделать более эффективной работу кадров.

Рассмотрим следующие группы теории мотивации:

- 1) содержательные теории (Маслоу, Герцберг, Мак-Клелланд и др.); [1]

Данные теории мотивации направлены на выявление и рассмотрение потребностей, которые смогут побудить персонал к действию полезному для организации.

Однако, в данной теории имеются недостатки, такие как пренебрежение индивидуальными побудительными силами к мотивации: не учитывается индивидуальные потребности человека. Руководителю стоит учесть тот момент, что у каждого сотрудника свои потребности.

- 2) процессуальные теории (Врум и др.); [1]

Процессуальные теории отмечают, что действия и решения людей определяются не только желанием удовлетворить ту или иную потребность, но и анализом затраченных сил на достижение желаемого результата. Получается удовлетворение потребностей одно из

важных условий продуктивной работы сотрудников. Но согласно процессуальной теории этого не достаточно. Здесь важно, каким образом человек направляет свои усилия для достижения цели.

3) теории, основанные на отношении человека к труду (Макгрегор, Оучи) [1].

Согласно данной теории существует два типа людей. Одни ленивы, безынициативны и не хотят работать их нужно мотивировать с помощью наказания или поощрения. Другие творческие, ответственные у них есть стремление к работе. Их стоит побуждать к работе.

Считается, что восприятие сущности мотивации и ее роли в поведении персонала, как правило не имеет единых взглядов.

На наш взгляд, современный руководитель должен применять для каждого сотрудника свои методы мотивации, так как каждый сотрудник это личность и к нему нужен индивидуальный подход. Можно придерживаться не одной теории мотивации, а соединять подходящие элементы из разных теорий.

Литература и источники:

1. «Монографии», URL: <http://www.rae.ru/monographs/53-2119> [Электронный ресурс]
2. Мотивация персонала в современной организации: Учебное пособие / Под общ. ред. С. Ю. Трапицына. – СПб.: ООО «Книжный Дом», 2007. – 240 с
3. Мотивация и стимулирование персонала: Электронное пособие для предпринимателя.-CD_ROM, 2006.-М.: Кордис & Медиа.

КОМАНДА И ЛИДЕРСТВО В ОРГАНИЗАЦИИ

А.Ф. Кудрявцева, М.Ю. Юферева

Научный руководитель – А.Ю. Карпова

В настоящее время проблема эффективного использования кадровых ресурсов предприятия приобретает большую актуальность. Как раз таки по той причине, что сплоченная команда профессиональных специалистов может стать одним из самых серьезных конкурентных преимуществ современной организации. Кадры – это и есть предприятие, и от того какого качества будут эти кадры, зависит, какой будет вся организация в целом. Кадры в организации нужно грамотно подбирать и рационально использовать. Персонал – это конечно ресурс, но это также и живые люди [1].

Для достижения главных целей организации руководство должно обеспечить плодотворную работу своего персонала. Для достижения результатов необходимо не только создать работникам оптимальные условия работы и обеспечить функциональную рациональную загрузку, но и вызвать у них желание эффективно совершать такие действия, которые смогут приблизить организацию к поставленным ею целям. В связи с этим начальство организации должно выполнять очень важную функцию – создавать условия для мотивации персонала и осуществлять мотивацию на практике [4].

На сегодняшний день, вопрос управления сотрудниками компании встает особенно остро, так как любое предприятие старается оптимизировать свою работу, то есть сделать ее высокоэффективной. Для осуществления всех целей компании требуется общее усилие всего персонала. И управление коллективом в данной ситуации играет ключевую роль.

Обычно люди работают не в одиночку, а именно в составе коллектива. Вообще коллективом является определенная группа людей, которые объединены по различным принципам. Они включены в систему управленческих отношений предприятия. Для того чтобы считаться коллективом, определенная группа должна обладать такими признаками, как:

- наличие некоторой совместной цели абсолютно у всех членов коллектива;

- определенное психологическое признание, а также отождествление членами коллектива друг друга именно на основе различных совместных интересов и идеалов, принципов и прочего;

- постоянство определенного взаимодействия в группе, в итоге которого становится возможным оказание влияния друг на друга ее членами [3].

В условиях непрерывно развивающихся технологий требуется, чтобы квалификация сотрудников полностью соответствовала всем предъявляемым требованиям в компании. А это даст возможность существенно увеличить объем, ассортимент выпускаемых товаров и услуг. Это даст возможность обеспечить конкурентоспособность компании на рынке выпускаемой продукции в ближайшем будущем. Отсюда следует, что ключевым направлением совершенствования системы управления персоналом на сегодняшний день является работа с кадровым резервом предприятия. Сегодня на любом предприятии требуется четкое

построение целостной системы формирования кадрового резерва [2].

Под «командой» понимают рабочую группу профессионалов, каждый из членов которой подчиняется начальнику. Часто руководители называют свою компанию или фирму «командой», а всех сотрудников ее членами. Однако простое оформление нескольких хороших работников в команду или рабочую группу не означает, что команда создана. Тем более не гарантируется получение значительных результатов. Само по себе присвоение лейбла «команда» не гарантирует успеха, в его основе лежат принципы работы членов группы по достижению конечной цели. Поэтому простое объединение людей с различными профессиональными знаниями и навыками приводит спонтанно к образованию команды, в которой обязателен дух единства, высокая мотивация в достижении общих целей и конструктивная активность каждого ее члена. Для того, чтобы команда сформировалась, нужно внутри каждой группы достичь согласия каких-либо ценностей, приоритетов, целей и средств (методов), а также ответственности и роли каждого из будущей команды.

Достичь в команде согласия бывает сложно, однако, для успешной работы коллектива, это весомая предпосылка. Если нет четкого и ясного видения ключевой цели, то отдельные члены команды свой определенный вклад в общий успех внести не могут. Даже когда все цели понятны и ясны всем членам команды, нужно найти компромисс между личными, коллективными интересами. Высокоэффективная команда дает возможность всем работникам внести определенный вклад в реализацию коллективных целей и удовлетворить свои личные интересы [5].

С течением времени личные и коллективные цели нужно менять. Есть

множество примеров того, когда коллективы изначально имели конкретные цели, но ответили за свое неумение исправлять их впоследствии. Команда, которая смотрит вперед, чаще всего добивается успеха, если предвидит трудности, использует возможности, конкретизирует цели в зависимости от опыта. Если дела пошли плохо и причина в критериях работы, руководитель обязан заняться целевым планированием [1].

Лидерство является сильнейшим инструментом, который позволяет решить очень многие проблемы. Но для этого инструмент должен работать отлично и правильно. Лидеров иногда сравнивают с орлами. И это имеет право на жизнь, так как подобно орлам, лидеры обладают пронзительностью и сильным характером. Однако хорошему лидеру в отличие от орлов никогда не следует действовать в организации одному. Если лидер действует в одиночку, то со временем может выдохнуться и он и коллектив. Сила командного лидерства в организации состоит в том, что несколько людей обладают намного большей силой, чем один человек, а это значит, что вся сила организации заключается в коллективе [5].

Существует три этапа формирования командного лидерства. Рассмотрим эти этапы более подробно.

1. Замена индивидуальности. Начать лидеру необходимо именно с изменений в своих приоритетах в команде. Он не должен увлекаться мелкими проблемами. Лидеру следует посвятить себя и уделять больше внимания только самым важным и сложным проблемам. Именно в этом заключается огромная разница между прогрессивными организациями и регрессивными организациями. Так как когда в команде все вопросы решает именно лидер, остальные члены команды лишаются возможности развиваться дальше.

2. Формирование культуры тренингов. Лидеру требуется научить членов команды всем принципам и стратегиям, которые он использует при решении серьезных проблем и принятии решений. Очень важно, чтобы лидер научил всех членов своей команды делиться своими знаниями, так как именно открытый обмен опытом, информацией и знаниями является фундаментом доверия в команде и укрепляет ее.

3. Воспитание новых лидеров. Этот этап подразумевает то, что лидер должен дать своим лучшим и самым успешным членам команды руководство на решение проблем, а также возможность вносить свои идеи. Новые лидеры будут нести ответственность за решение проблем, а задачи первоначального лидера будут ограничены только самыми сложными. Составляющими лидерства являются сферы деятельности лидера, реализация которых позволит ему эффективно воздействовать на коллег и различные обстоятельства. Ведь лидерство – это ответственность [4].

Таким образом, можно сделать вывод, что роль командного лидера является очень сложной и трудоемкой. Для того чтобы быть отличным лидером в команде человеку требуется выполнять огромный набор функций и следить за всеми изменениями, происходящими в команде. Роль лидера выполнять сможет только человек, обладающий огромным набором как профессиональных, так и личностных характеристик [2].

Литература и источники:

1. Арутюнов, В.В. Управление персоналом: учеб. пособие /В.В. Арутюнов, И.В. Волынский. – Ростов-на-Дону, 2009. – 448с.
2. Бузгалин А. В., Колганов А. И. «Теория социально-экономических трансформаций– М.:ТЕИС, 2010. – 365 с.

3. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент. - М., Гардарика, 2009. – 242 с.

4. Дятлов, В.А. Управление персоналом: учеб. пособие / В.А. Дятлов.- М.: ПРИОР, 2009. – 365 с.

5. Зайцева, Т. В. Управление персоналом: учеб. /Т. В. Зайцева, А. Т. Зуб. – М.: ИД «ФОРУМ»: ИНФРА-М, 2012. – 336 с. – (Профессиональное образование).

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ

Н.Г. Левдикова, А.С. Матюшина

Научный руководитель – Н.А. Жернова

Для эффективного функционирования любой организации необходима правильно построенная технология управления персоналом, которая включает в себя подбор кадров, методы их стимулирования к работе, организации их профессионального и личностного роста, а также комплекс карающих мер. Разработкой данной системы занимаются сотрудники кадровых служб или приглашенные специалисты. Цель этих мероприятий заключается в том, чтобы повысить уровень заинтересованности персонала в собственной деятельности и повышении их результатов на благо компании [1]. К технологиям управления персоналом относят:

технологии формирования персонала;
технологии оценки;
технологии обучения;
технологии мотивации;
технологии коммуникации.

Формирование персонала – основная задача кадрового менеджмента не только на старте развития организации, но и на всем протяжении ее деятельности. В зависимости от того, насколько активно служба персонала внедряется в процесс формирования состава сотрудников организации, структуры персонала и определения преимущественных качеств работников, во многом зависит эффективность организации в целом.

При расчете потребности в персонале принимаются во внимание две системы расчета: расчет актуальной численности персонала и расчет долговременной потребности в персонале. Механизмы расчета раскрыты в учебниках по экономике и социологии труда [2].

Наибольшую проблему при формировании персонала представляет определение источников персонала и, в соответствии с ними, технологий комплектации кадров организации. При определении источников следует учитывать следующие факторы:

- 1) общая ситуация на рынке труда;
- 2) особенности регионального рынка труда;
- 3) особенности отраслевого рынка труда;
- 4) уровень конкуренции в избранной сфере деятельности;
- 5) срочность формирования персонала;
- 6) предполагаемый уровень затрат на формирование персонала.

Процедуры оценки персонала лежат в основе многих направлений деятельности кадровых служб. Отбор персонала, аттестация, выбор направления обучения, формирование кадрового резерва, моделирование карьерных процессов – это и многое другое содержит в себе оценку как базовую технологию.

Базовая модель сотрудника организации (базовая модель работника) содержит следующие компоненты.

Общесоциальные характеристики – основные паспортные позиции, которые необходимо учитывать при профессиональных ограничениях.

Общепрофессиональные характеристики – формальные характеристики, обусловленные требованиями должностей.

Частнопрофессиональные характеристики – характеристики, обусловленные особенностями

организации и стратегическими перспективами развития.

Психологические характеристики – личностные особенности, признаваемые в данной организации приоритетными.

Персонал современных организаций погружен в процесс непрерывного образования. Это связано с несколькими обстоятельствами.

Общее изменение технологий: появление новых средств связи, офисного оборудования, бытовых приборов требует скорого обучения пользованию новшествами. В противном случае организация начнет быстро отставать от конкурентов и потеряет имеющийся профессиональный потенциал.

Смена поколений профессиональных технологий и средств: для выигрыша в конкурентной борьбе необходимо обеспечить производство новейшим оборудованием, для работы на котором необходимо дополнительное обучение персонала. В наибольшей степени это касается случаев подготовки к выпуску новой для организации продукции.

Динамика рынка труда: организации выгодно обучать тех сотрудников, которые уже работают в организации. Это проще, чем нанимать сотрудников, обученных в других местах, так как последним требуется адаптация, а первые уже зарекомендовали себя как лояльные и эффективные.

Уже в 1970-е годы западные работодатели начали воспринимать обучение персонала в качестве особых инвестиций.

Системы внутрифирменного обучения не только экономят затраты на поиск нового персонала, но и приносят прибыль организации, так как обученный персонал работает более эффективно. Именно это обстоятельство позволило многим крупным организациям в США и Западной Европе расценивать службы

управления персоналом как подразделения, приносящие прибыль.

Практика технологии обучения персоналом применима и к такой металлургической и горнодобывающей компании, как «ЕвразГрупп», которая заключила договор по подготовке кадров с КузГТУ. «Особенно это актуально в условиях перехода на новые образовательные стандарты, повышения требований к профессиональным компетенциям выпускников университета», – подчеркнул В.А. Ковалев [3].

Мотивация профессиональной деятельности представляет собой взаимосвязь качеств, целей и потребностей личности, которые являются стимулами и важны для достижения целей профессиональной деятельности. Сила мотивации и устойчивость поведения не только различаются у разных людей, но и изменяются у одного человека со временем. С точки зрения управления организационным поведением понятие «мотивация» лучше всего рассматривать как процесс, который объясняет интенсивность, настойчивость и направленность предпринимаемых попыток на достижение цели. Когда речь идет о мотивации, предметом анализа становится не само поведение людей, а его результаты.

Организационные коммуникации представляют собой наиболее сложный объект технологического воздействия в организации. Их структура, направленность, формы осуществления настолько многообразны, что практически невозможно сформировать единую коммуникативную технологию, которая бы охватила все коммуникационные сети.

По направлению организационные коммуникации подразделяются на:

- 1) нисходящие – от вышестоящих уровней управления к нижестоящим;

- 2) восходящие – от нижестоящих уровней – к вышестоящим;
- 3) горизонтальные – между сотрудниками одного управленческого уровня;
- 4) диагональные – между сотрудниками одного подразделения и руководством другого подразделения.

По механизмам организации коммуникативного процесса коммуникации разделяются на формальные и неформальные. Формальные коммуникации представляют собой реальное использование организационных средств, оформленных локальными нормативными актами, для разрешения внутриорганизационных проблем. В качестве элементов формальных коммуникаций выступают: приказы и распоряжения; докладные и служебные записки; протоколы и отчеты; заявления и характеристики.

В организации формальные коммуникации всегда представлены документами, а система формальных коммуникаций – системой документооборота. Любой иной коммуникативный акт, не имеющий документальной фиксации, не является элементом формальной коммуникации.

Современные агентства по кадровому обеспечению организаций предлагают не только традиционный набор персонала, но и новые приемы найма работников. Самыми востребованными среди работодателей сейчас являются такие персонал-технологии как аутсорсинг, аутстаффинг и лизинг.

Аутсорсинг – это заключение договора между двумя организациями, по которому одна из них передает другой на обслуживание определенные функции, процессы или мероприятия. Он позволяет управлять человеческими, финансовыми, организационными ресурсами, направляя их на развитие новых направлений.

Фактически кадровый аутсорсинг предполагает аренду персонала. Прибегать к таким услугам имеет смысл в ситуациях, когда перед организацией стоят серьезные цели, на осуществление которых требуется большее количество работников, чем на данный момент присутствует в компании.

Особенностью аутстаффинга является то, что сотрудники не вступают в правовые отношения с заказчиком, однако оказывают комплекс услуг от его имени и по месту нахождения работодателя. В отличие от аутсорсинга, методика аутстаффинга представляет собой передачу не полномочий, а конкретных работников. При этом, сотрудники оформляются в штат сторонней организации, работая на заказчика и выполняя прежние функции [5].

Лизинг персонала (от англ. personal-leasing) – управленческая технология, разновидность аутсорсинга, позволяющая обеспечить бизнес-процесс компании необходимыми трудовыми ресурсами, используя услуги сторонней организации.

В США и странах Западной Европы более 90 % компаний периодически пользуются услугами временного персонала, в штате кадровых агентств, которые предлагают данную услугу, состоят до 1,5 % от общего количества занятых людей. О масштабах рынка в мире можно судить исходя из того факта, что ежегодно число компаний, специализирующихся на кадровом лизинге, увеличивается в 1,5 раза [6].

Литература и источники:

1. Меньшикова И. Технологии управления персоналом [Электронный ресурс] // <http://tehnologiya-upravleniya-personalom>
2. Кудрявцева Е.И. Управление персоналом. Учебная тетрадь. СПб: Изд-во МИПК, 2008.–249 с.

3. Пресс-служба АКО – Деловой Кузбасс [Электронный ресурс] [//http://www.delkuz.ru](http://www.delkuz.ru).
4. Сперанский В.И. Современные технологии управления персоналом: Учебно-практическое пособие. – М.: Альфа-Пресс, 2008. – 496 с.
5. Управление персоналом: аутсорсинг, аутстаффинг и лизинг [Электронный ресурс] <http://delovoi-etiket.ru/>
6. Хоканина М.А. Лизинг персонала – технология управления трудовыми ресурсами [Электронный ресурс] <http://www.scienceforum.ru/>

ПРОБЛЕМЫ И СПОСОБЫ ОЦЕНКИ ПЕРСПЕКТИВНОСТИ СОТРУДНИКОВ

Е.И. Майкова

Научный руководитель – З.В. Креницына

Актуальность темы исследования состоит в том, что поиск перспективных сотрудников представляет особую важность в контексте современных тенденций бизнес-среды и задач инновационного развития российских компаний. Но не всегда директорам удаётся правильно оценить все возможные компетенции перспективных сотрудников. Актуальность проблематики также определяется усилиями HRов по созданию совершенной системы оценки персонала, включая оценку его потенциала. Сегодня вопрос современного перспективного сотрудника актуальный, острый и в значительной степени вывернут наизнанку в России. Наверное, все задумывались над тем, почему у нас полные тюрьмы чиновников, а количество берущих взятки от этого не уменьшается, почему падают самолеты, взрываются электростанции, почему, много путешествуя по миру, ощущаешь увеличивающееся отставание России от ведущих индустриальных стран. Цель данного исследования – дать определение понятию перспективного сотрудника и рассмотреть все составляющие данного сотрудника.

Начнём с определения перспективных сотрудников. Итак, перспективные сотрудники – это сотрудники, которые своими приобретёнными умениями, знаниями и навыками работы способствуют росту эффективности компании. Если именно под этим углом рассмотреть вопрос о перспективных сотрудниках, то можно смело выделить три часто встречающихся ошибки в вопросах перспективности сотрудников.

Во-первых, большое количество руководителей искренне уверено, что способность к обучению и восприятию новых знаний – это есть перспективность. Но это далеко не так. На практике, большинству руководителей доводилось встречаться с людьми, которые имеют несколько высших образований, но в жизни они совершенно ничего не достигли. Существуют люди, которые получают огромное наслаждение от самого процесса получения новых знаний. Это, конечно, славно, но процесс внедрения и осуществления таких знаний для пользы данной компании, совершенно, другой. А потому не факт, что человек, который с отличием окончил университет, будет перспективным.

Во-вторых, компетенция работника для работодателя означает набор уже имеющегося багажа знаний и умений. Лояльность в обширном понимании этого слова остаётся за скобками. Допустим, руководитель какой-либо компании берёт к себе на работу юриста довольно высокой квалификации, готового работать даже за низкую плату [1].

Как специалист он компанию вполне устраивает. Но при этом юрист имеет близкие отношения с одной из криминальных группировок и засылается в данную компанию, чтобы обнаружить её слабые места для последующего банкротства. Естественно, такой специалист компанию вместе с её руководителем устраивать не будет. Но подавляющее большинство систем подбора и оценки персонала этого не передадут. И это очень нешуточная проблема.

В силу того, что Россия на сегодняшний момент является местом,

куда Запад скидывает устаревшие технологии, в оценке персонала приучают нас так же к «вчерашнему дню» – к срезам, а не к прогностике. К примеру, в весьма благополучных западных компаниях смотрят, на то, что тот или иной сотрудник может предоставить для их компании завтра и все последующие дни. Мы же берём человека, который на сегодняшний день, вроде как, нас кажется, более, или менее устраивает. Но что будет с ним завтра и через месяц, мы не знаем и, к сожалению даже не стараемся узнать. И, снова, подавляющее большинство встречающихся на рынке кадровых решений оценить этого не может. И из-за этого появляется третья ошибка.

Когда речь заходит о продвижении по карьерной лестнице, обычно работает принцип «каждый сам за себя». Принято считать, что дарованный специалист сумеет заявить о себе сам и обязательно добьётся установленной цели. Но бывают и противоположные ситуации - у самой компании возникает необходимость выявить перспективных специалистов среди всех имеющихся сотрудников.

Так, когда же необходимо выявлять перспективных сотрудников?

1. В периоды различных изменений и реорганизации компании. Эти процессы требуют участия в них людей, которые способны быстро, качественно и эффективно организовать деятельность различных подразделений компании и установить деловые связи между ними.

2. Запуск различного рода проектов. Запуск проектов, как правило, требует больших капиталовложений, а так же сопровождается соразмерными рисками. Лучше, если руководить этим процессом будет человек, который хорошо знает, как работает данная компания. Поэтому, прежде чем запускать новый проект, следует поискать внутри своей компании тех,

кто способен быстро и качественно выполнить поставленную задачу.

3. Передача уполномоченных дел. Поиск перспективных сотрудников нужен в ситуации, когда руководитель компании принимает решение передать дела команде наёмных управляющих. В интересах руководителя заранее позаботиться о создании такой команды из числа сотрудников, которые уже работают в данной организации [3].

Как же всё-таки выявить перспективных сотрудников и выбрать из них лучших?

При выборе сотрудников многие компании, чаще всего, руководствуются оценкой результатов их повседневной работы, а именно, степени их ответственности, инициативности и организаторских способностей. Иными словами, руководство таких компаний считает, что перспективные сотрудники должны заявить о себе сами. Однако не стоит допускать такую ошибку, забывая о том, что иногда условия труда и занимаемая должность не позволяет некоторым сотрудникам полностью раскрыть свой потенциал, что приводит к их неправильному отсеиванию при выборе эффективных сотрудников. Именно поэтому, прежде всего, необходимо выявить скрытый потенциал своих сотрудников. Для этого существует большое количество методов. Выявление перспективных сотрудников тесно связано с их систематической оценкой по следующим параметрам:

- профессиональное соответствие занимаемой той или иной должности;
- способности к командной работе, работе в парах;
- коммуникативная компетентность;
- модели поведения в конфликте;
- социальная роль в группе;
- особенности мышления, памяти, внимания, скорость реакции.

Для выявления перспективных сотрудников применяют такие методы

оценки персонала, как анкетирование, метод классификации, метод сравнения по парам, метод оценки по решающей ситуации, метод «360 градусов» и др.

Анкетирование предполагает заполнение сотрудниками анкет с определенным набором вопросов, после чего анализируется наличие или отсутствие у них определенных черт и качеств [1].

Метод классификации основывается на ранжировании оцениваемых сотрудников по обусловленному критерию от лучшего к худшему.

При применении метода сравнения по парам выполняется по парное сравнение находящихся в одной должности кандидатов, после чего высчитывается количество раз, когда оцениваемый был лучшим в паре, после чего на основании полученных результатов составляется общий рейтинг всей группы.

Перед применением метода оценки персонала по решающей ситуации составляется описание вариантов «правильного» и «неправильного» поведения сотрудников в типичных ситуациях. Затем данные описания делятся по рубрикам в соответствии с характером работы. После этого оценивающим сотрудником заполняется особый журнал записями о примерах поведения каждого оцениваемого сотрудника по каждой рубрике. Впоследствии, данный журнал применяется как базовый критерий для оценки деловых качеств [2].

Метод «360 градусов» подразумевает оценку сотрудников не только их непосредственным руководителем, но также их коллегами и подчиненными.

Корпоративное обучение также может быть проанализировано как эффективный способ оценки персонала, так как оно поможет выявить скрытый потенциал перспективных работников.

Наиболее эффективными также являются использование метода мозгового штурма для решения конкретной проблемы, а также выдвижение людей для решения каких-то четко определенных задач и участия в конкретных проектах. Данные методы имеют максимальную важность по сравнению с другими, так как они одновременно помогают решить две задачи, стоящие перед руководством: выявление перспективных сотрудников и получение новых идей, необходимых для решения текущих проблем компании.

Уже много лет, людей интересует один вопрос, влияет ли цвет волос на карьерный рост человека или нет? Проанализировав данные, которые проводил исследовательский центр рекрутингового портала, можно сделать выводы о том, что обладательницы темных волос - более перспективные и эффективные сотрудники, нежели блондинки, - в этом убежден почти каждый пятый мужчина - руководитель, опрошенный исследовательским центром [1].

Влияет ли наш цвет волос на профессиональные успехи? Оказывается, да. По мнению 29% мужчин-руководителей, женщины-брюнетки справляются со своими обязанностями лучше, чем их коллеги-женщины с отличительным цветом волос.

В свою очередь 8% мужчин-руководителей уверены в особенной работоспособности рыжих женщин, и только 6% управленцев считают, что лучше других сотрудниц работают только блондинки.

Большая часть мужчин-руководителей (53%) затруднилась ответить на вопрос: «В разных подразделениях моей компании трудятся женщины с различным цветом волос, и все трудятся на совесть»; «Я считаю, что не от цвета волос зависит

трудоспособность того или иного сотрудника...» [3].

Превалируют брюнетки и среди дам, которые занимают руководящие должности. О том, что сотрудниками руководит брюнетка, сообщает 41% работающих людей в России, имеющих руководителя-женщину. «Естественный цвет - тёмно-русый, но красится она в тёмные цвета с оттенком тёмного шоколада...»; «Начальница - брюнетка, дама крайне эффектная. К сотрудникам строга, но справедлива!» - комментируют они.

По словам четверти опрошенных (35%), их начальница - блондинка. Судя по их ответам, некоторые сотрудники не прочь пошутить над своим руководителем: «Светлая голова! Но это исключительно только лишь о цвете волос!»

Под наставлением женщин-начальниц с совершенно другим цветом волос работают 15% участников данного опроса: «Светло-русого цвета волос»; «Она шатенка» [2].

А так же 7% респондентов затруднились с ответом.

На мой взгляд, наиболее важный фактор оценки перспективности сотрудника - оценка его мировоззрения, ценностных ориентаций. Если мировоззрение и ценностные ориентации человека совпадают с ценностями компании, то краткосрочные и долгосрочные инвестиции в него обязательно принесут компании дивиденды. А если на лицо противоречие, то перспектива отсутствует. А следом за этим будет давать сбой корпоративная программа развития лояльности персонала [2].

Оценка перспективности сотрудников зависит от стратегии компании и горизонта её бизнес - планирования. В данном случае перспективность непосредственно связана с теми инвестициями, которые компания должна или хочет вложить в сотрудника и выгодой, которую может

из этого извлечь. Эта выгода не всегда носит денежный характер. Но закономерность выявляется четко: чем больше и очевиднее выгода, тем более перспективный сотрудник.

Литература и источники:

1. Перспективные сотрудники. [Электронный ресурс]: Открытый журнал менеджмента. 2010. №16. С.21-26. URL: www.top-personal.ru (Дата обращения 09.11.2014).
2. Овсянников А.А. Как выявить перспективных сотрудников? Научный журнал. №4. г. Москва. С.7-12 (дата обращения 08.11.2014).
3. Влияет ли цвет волос на карьерный рост? [Электронный ресурс] URL: www.faito.ru/news/1306772853 (Дата обращения 09.11.2014).

СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Т.В. Малкова

Научный руководитель – А.С. Феденкова

В настоящее время, бизнес обретает все новый характер и возможности атак со стороны конкурентов. Поэтому сейчас как никогда, актуальна проблема конкурентной борьбы в нынешней экономике, как от новых участников рынка, так и от давно работающих на нем предприятий, которые стремятся не только закрепить свою позицию, но и захватить новую долю рынка [4, с. 42].

Рыночный механизм требует категорических изменений в современной системе управления экономикой и определено тем, что любой субъект имеет непосредственное значение и свою личную специфику рационального управления системой.

Для эффективного управления на предприятии необходим «действенный менеджер». Это тот человек, который обладает стратегическим мышлением и видит перспективы развития данного предприятия, прогнозируя жизненный цикл компании, как на краткосрочном, так и на долгосрочном этапе и ежедневно принимающий действенные решения [1, с. 25].

Конкурентоспособность компании в первую очередь – это преимущество

по отношению к конкурентам в данной отрасли. Конкурентоспособность предприятия носит не ординарный характер, так как одна и та же компания в рамках регионально отраслевой группы может занимать лидирующее положение по отношению к конкурентам, а в рамках отрасли своего сегмента – нет.

Исторически уже сложились мнения об основных факторах конкурентоспособности. Например, Томпсон и Стрикленд выделяли такие факторы, как: характер и качество товара, имидж компании, инновационные возможности, финансовые ресурсы, загрузка производственных мощностей, обслуживание потребителей. А Портер уверял, что для создания благоприятной конкуренции компании, будут влиять такие факторы как: использование конкурентных преимуществ, цепочка создания стоимости товара (а именно, издержки и потенциальные источники дифференциации), принадлежность компании к определенному сегменту рынка [3, с. 68].

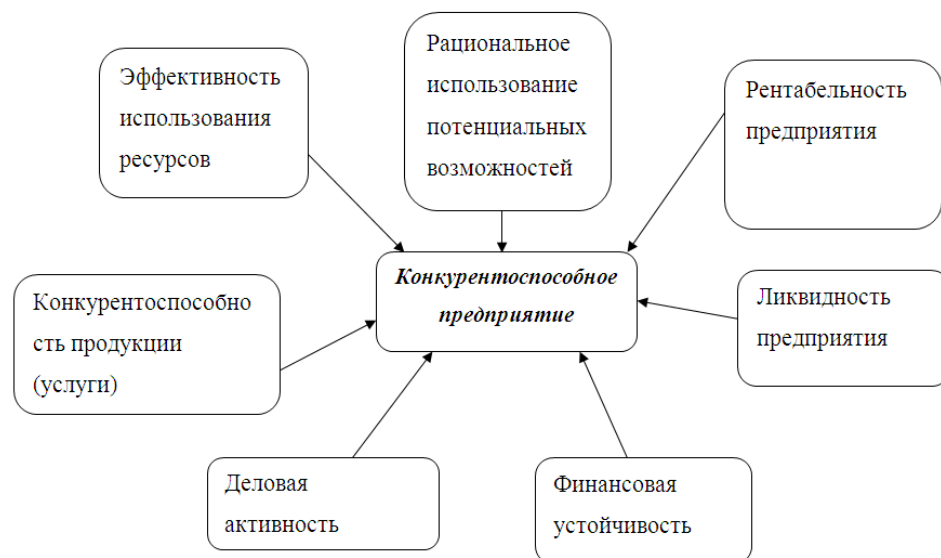


Рис. 1. – Основные факторы конкурентоспособности

Исходя из всех выше перечисленных подходов, можно создать общую картину основных факторов конкурентоспособности (рис. 1):

Несомненно, что за каждым из этих факторов стоит деятельность людей (персонала), а значит, что качество производимого товара и издержек предприятия зависят от квалификации работника, который изготавливает тот или иной продукт (услугу). Очевидно, что и финансовые ресурсы нуждаются в правильном размещении, которое так же зависит от того, квалифицированный ли сотрудник этим занимается и правильно ли он управляет этим [2, с. 74].

За каждой конкурентоспособной фирмой стоит не только здравомыслящий руководитель, но и высококвалифицированные кадры предприятия, которые в свою очередь участвуют в процессе удовлетворения потребителей. Само же достижение конкурентоспособности компании – это обязательное условие, которое обеспечивает высокое качество жизни предприятия. Я считаю, что конкурентоспособные кадры – это один

из наиболее важных факторов роста эффективности предприятия.

Конкурентоспособность сотрудника – это его реальные и потенциальные способности, деловые, личностные, профессиональные качества, которые выгодно отличают его от других работников в аналогичной отрасли (сегменте) и за счет чего позволяют повысить конкуренцию на рынке труда.

Конкурентоспособность персонала – это часть конкурентоспособности фирмы. Несомненно, это имеет решающее значение в успешной деятельности компании, в связи, с чем полезно было бы уделить особое внимание, тем факторам, которые влияют на высокий уровень конкуренции кадров [1, с. 57].

Можно выделить несколько факторов, влияющих на конкурентоспособность персонала: стимулирование сотрудников к труду (к выполнению общей цели), организационная культура, условия труда, образование, социально-психологический климат в компании, квалифицированность кадров.

Конечной же целью системы менеджмента будет являться

обеспечение прибыльности в деятельности фирмы, путем рациональной организации всего производственного процесса, так же включая управление производством, развитие технико-технологической базы и эффективного использования кадрового потенциала.

В заключении хотелось бы отметить, что на сегодняшний день одна из основных целей любой компании – это создание работоспособных и конкурентоспособных кадров, от которых в свою очередь будет зависеть точность выполняемых и принимаемых решений, а так же успешная работа каждого из подразделений и всей организации в целом [4, с. 98].

Литература и источники:

1. Днепрович. К. Т. Стратегическое управление: учеб. для студентов и аспирантов по спец. «менеджмент». М.: Планета, 2010. с. 25, 57.
2. Депершмидт. П. М. Менеджмент: человек, стратегия, организация, процесс. М.: Марс, 2011. с. 74.
3. Есин. Е. В. Практический менеджмент персонала. М.: Кома, 2010. с. 68.
4. Коваленко. С. М. Управление персоналом, Новосибирск. М.: Мысль, 2011. с. 42, 98.

РОЛЬ И ЗНАЧЕНИЕ НЕМАТЕРИАЛЬНОЙ МОТИВАЦИИ

Т.Р. Михайлова

Научный руководитель – Н.И. Гвоздев

Проблемы мотивации персонала существуют, пожалуй, с момента появления наемного труда, и при этом с каждым днем становятся все актуальнее. Сегодня грамотные управленцы заботятся о сотрудниках, организуют их обучение, создают эффективные системы оплаты и бонусные системы для успешных и старательных работников. За время становления рыночных отношений накопилось множество примеров серьезных потерь при увольнении квалифицированных сотрудников или переходе их к конкурентам. Руководители поняли, что уволить обученного, опытного работника – не выгодно. Гораздо разумнее максимально эффективно мотивировать своего сотрудника. Поэтому проблема разработки эффективной мотивации персонала является на сегодняшний день особенно актуальной.

В данной статье мы проанализируем современные подходы к построению системы мотивации, особое внимание уделим роли нематериальной мотивации персонала.

Прежде всего уточним – что понимается под мотивацией. «Мотивация - это внутренняя энергия, запускающая активность человека в жизни и на работе. Система мотивации персонала в компании - это комплекс мероприятий, стимулирующий персонал не только к работе, за которую платят деньги, но прежде всего - к особой старательности и активному желанию работать именно в этой компании, к получению высоких результатов в своей деятельности, к лояльности в отношении к руководству». [3, с. 6]

Исследований проблемы мотивации на сегодняшний день проводится достаточно много, но, в основном, они носят общий характер. Универсальной модели нет. Причина тому – уникальность каждого предприятия, трудового коллектива и каждого сотрудника в отдельности. И, конечно, влияние экономической и политической ситуации в стране, регионе на формирование потребностей людей.

В настоящее время разработаны разнообразные модели материального стимулирования: премии, бонусы, дифференцированные системы оплаты, прогрессирующие и т.д. Однако, участились случаи, когда сотрудник переходит в конкурирующую компанию на меньшую зарплату или не работает результативнее после повышения заработной платы. Почему такое происходит? «Не хлебом единым жив человек». Те компании, которые знают о силе воздействия нематериального стимулирования, имеют больше шансов удержать свой персонал и воодушевить на активную и качественную работу. А. Де Сент-Экзюпери написал: «Если ты хочешь построить корабль, не надо созывать людей, чтобы все спланировать, разделить работу, достать инструменты и рубить деревья, надо заразить их стремлением к бесконечному морю. Тогда они сами построят корабль» [2, с. 69].

Современный руководитель должен понимать, что для удержания и развития персонала необходима специальная система мотивационных мероприятий, направленных на внутренние ценности и потребности людей. Для того чтобы система работала, нужно создать

соответствующие условия. Важно, чтобы были четко определены результаты, необходимые и полезные для компании и которых руководство ожидает от сотрудников. Внедрение системы мотивации проще начинать на стадии создания компании, чем изменять уже существующие условия, т.к. изменения встречаются сотрудниками, как правило, настороженно. «При построении системы мотивации в первую очередь необходимо определить:

- миссию компании, т.е. каково предназначение нашей организации, какую пользу мы приносим людям, работая как единый механизм;

- ценности – их выявление или создание необходимо для того, чтобы сплотить коллектив;

- ритуалы» [1, с. 294].

Следующий шаг – определение целей компании (чего мы хотим достичь), задач для решения данной цели. Большое значение имеет корпоративный стиль компании (правила поведения, стиль одежды, интерьер помещений, узнаваемое имя и т.д.).

Сотрудники должны знать критерии оценки их работы, они должны быть понятны. Результаты работы должны быть измеримыми, доступными. Должна быть разработана система вознаграждений (материальных и нематериальных) за достижения и высокие результаты. При этом обязательна прямая связь вознаграждения работника с его потребностями. Важно, чтобы вознаграждение было выдано вовремя, иначе его смысл теряется.

«Счастливые сотрудники работают на 31 % эффективнее» (согласно исследованию американского психолога Шона Ачора) [4].

Эту идею за основу взяли авторы проекта «Пряники» и придумали универсальную внутрикорпоративную социальную сеть. В ней в игровой

форме люди в знак благодарности за хорошо выполненную работу дарят друг другу виртуальные пряники, которые можно обменять на вполне реальные призы, причем призы – нематериальные, например, корпоративный сувенир, отличительный бейдж, право проспать в понедельник и многие другие приятные мелочи. На лицо воздействие на нематериальные потребности человека: признание, самореализация, интерес, сопричастность и т.п. Игровой формат помогает непринужденно изменить отношение сотрудников с позиции «не хочу, не интересно» на «интересно, хочу, буду!» [5].

Нельзя недооценивать и важность индивидуального подхода в мотивации. У каждого сотрудника свои потребности. Потребности зависят от стажа, пола, возраста, образования, воспитания, темперамента человека. Выявлено, что женщины предпочитают удобный график работы. Для мужчин важнее надежное место работы. Молодые амбициозные сотрудники чаще выбирают повышение в должности в ущерб заработной плате.

Потребности людей меняются на протяжении жизни, с удовлетворением одной возникает другая. В компанию приходят новые сотрудники. Растут в профессиональном плане стабильно работающие сотрудники. Поэтому, недостаточно разработать и внедрить систему мотивации, ее нужно постоянно подвергать мониторингу, корректировать, развивать.

Итак, для обеспечения стабильной работы и процветания компании, важную роль играет стремление ее сотрудников к успеху. Для поддержания стремления необходима мотивация, как материальная, так и нематериальная, так как в современном обществе растет число людей, желающих получать удовольствие от работы. Можно сделать вывод, что в настоящее время главным мотиватором все чаще становится

нематериальная мотивация: повышение в должности, привлекательность достижения цели, одобрение результатов и многое другое, что делает человека счастливым.

Литература и источники:

1. Особенности построения системы мотивации/Т.Н.Тикунова/Менеджмент сегодня. – 05(47) 2008.
2. Сент-Экзюпери А.де Маленький принц/Антуан де Сент-Экзюпери; [пер.франц. Норы Галь]. – М.: Эксмо, 2010. – 96 с.: ил. – (Интеллектуальный бестселлер).
3. Эффективная мотивация персонала при минимальных затратах, или Как платить меньше, но чтобы работали лучше?/Н.В.Самоукина.-Ростов н/Д: Феникс, 2014. – 238 с. – (Психология бизнеса).
4. [Электронный ресурс] // . – Режим доступа: <http://www.pryaniki.com>.
5. [Электронный ресурс] // . – Режим доступа: <http://www.job.ru>.

ИНСТРУМЕНТЫ ПОДБОРА КЛЮЧЕВЫХ СОТРУДНИКОВ

К.И. Нестеренко

Научный руководитель – А.Ю. Карпова

Решение о найме ключевой фигуры заказчик принимает, опираясь на заключения специалистов – психологов, консультантов, а также на собственные впечатления. Последние зачастую складываются после непродолжительной встречи, во время которой претендент пытается произвести наилучшее впечатление, а его потенциальный работодатель – определить уровень профессионализма кандидата, выясняя, какой опыт у него имеется, озадачивая разнообразными «домашними заданиями». Но все эти впечатления – и собственные, и чужие – не дают собственнику ответов на основные вопросы: что кандидат может на самом деле? можно ли доверить ему бизнес? как он проявит себя в командной работе? Таким образом, получается, что чаще всего собственники бизнеса покупают котлов в мешке.

Нечто подобное происходит и с соискателем на топ-позицию. Нередко случается, что он почти не знает компанию, которая рассматривает его как кандидата на ключевую должность. Ведь капиталиста-заказчика никто не тестирует, особо в диагностических целях не беседует, а если и беседует, то претенденту результаты никто не выдает. Остается лишь изучать будущих хозяев по доступным источникам информации – Интернету и СМИ, которые, как известно, грешат заказными материалами.

Уже на этапе собеседования соискатель пытается понравиться потенциальному работодателю, удовлетворить его ожидания. И поэтому вольно или невольно он презентует работодателю свой образ, далеко не всегда соответствующий действительности. И в то же время ему

важно понять, стоит ли игра свеч. Личные договоренности относительно условий работы не могут дать полную картину происходящего в компании.

Анализируя причины увольнений топ-менеджеров, можно сделать вывод, что оплата труда, бонусы, компенсационный пакет и условия работы не являются решающими при принятии решения. Гораздо более значимы для управленцев верхней линейки – способы управления, культурные нормы и ценности тех, с кем напрямую приходится работать. Соискателей прежде интересует то, насколько придерживаются владельцы и управляющие достигнутых договоренностей, как ведут себя в тех или иных ситуациях, насколько ценят свою команду, каковы их приоритеты, способны ли они делегировать полномочия и многое другое, что не содержит описание вакансии [1, с.303].

И поэтому в тот момент, когда, невзирая на вышеизложенные сложности, обе стороны все-таки договариваются, складывается примерно такая ситуация. Владелец, не шибко понимая, кто и зачем ему нужен, ориентируется исключительно на характеристики кандидата – собственные и предоставленные рекрутерами. Он так и не находит ответ на главный вопрос: в состоянии ли человек, которому он собирается доверить компанию, оправдать доверие и ожидания?

Соискатель-управленец для принятия решения имеет еще более скудную информацию, успокаивает себя тем, что в любом случае даже если этот опыт окажется неудачным, он сможет найти себе применение в каком-то другом бизнесе. Исход подобной ситуации как будто очевиден: не имея

четкого представления друг о друге, владельцу бизнеса и наемному управленцу остается надеяться разве что на везение. Иначе расставание неминуемо.

Но от того что инструментов изучения друг друга во избежание взаимных разочарований явно не хватает, потребность в наемных управленцах со стороны бизнеса не уменьшается.

Поэтому нужно начать работу с исследования системы управления организацией заказчика, в ходе которого выясняется:

- какая потребность компании в персонале, и чем она вызвана;
- какие управленческие проблемы существуют в компании;
- возможно ли разрешить проблемы без привлечения нового персонала.

Если по оценке внутренними ресурсами организации справиться с проблемами не удастся, то формулируют описание необходимых специалистов и определяют критерии поиска. Только после этого стоит переходить к этапу поиска и подбора кандидатов.

На этапе подбора соискатели проходят через систему фильтров, включающих как заочное тестирование, так и очные собеседования. На каждую вакансию подбираются 2-3 кандидатуры, которые примут участие в следующем этапе работы. Следующий этап – пятисуточная рефлексивная игра, в которой на равных принимают участие и заказчики и кандидаты. Зачастую ожидания заказчика по отношению к топ-менеджеру завышены, а представления каким он должен быть, – основаны на эмоциях.

В ходе игры обе стороны получают возможность:

- приобрести опыт совместной деятельности в ситуации, максимально приближенной к реалиям бизнеса;

- увидеть, почувствовать, кто есть кто;

- оценить совместимость культурных норм, ценностей, способов управления, стратегий поведения друг друга;

- приобрести навыки рефлексного анализа и управления, способы коммуникации;

- научиться подбирать и создавать способы управления, адекватные определенному человеку.

Ну и главное – на основе всего полученного в игре появляется возможность выбрать друг друга, понимая, кто есть кто. Характерно, что дефицит управленцев высокого уровня делает ситуацию асимметричной, бывают случаи, когда топ-менеджеру поступают предложения одновременно от нескольких собственников, и он выбирает, кто из них достоин стать его работодателем. Существенно то, что игровая технология отбора персонала позволяет избежать проблемы адаптации новичков. Игровой пятидневный опыт заменяет 2-3 месяца испытательного срока и снимает конфликты отторжения [2, с.343].

Работа по обеспечению заказчика персоналом не может завершиться в точке трудоустройства. Поскольку именно там начинается самое интересное. И важно, чтобы после первых недель или месяцев радостных открытий и разочарований (так называемый «медовый месяц») и заказчик, и соискатель пришли к выводу, что вместе они могут развивать и строить успешный бизнес, а также подтвердили это конкретными показателями.

Литература и источники:

1. Магура М. Поиск и отбор персонала. М.: ИнтелСинтез, 2003.– 303 с.
2. Шекшня, Е.В. Управление персоналом современной организации/ Е.В. Шекшня. – Москва: Бизнес–школа «Интел–Синтез»,2006.-343 с.

МОТИВАЦИЯ И СТИМУЛИРОВАНИЕ ПЕРСОНАЛА КАК ОДИН ИЗ ЭФФЕКТИВНЫХ МЕТОДОВ УПРАВЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ

К.О. Прудникова

Научный руководитель – Е.А. Грахова

Одной из важнейших задач менеджера в современном бизнесе является использование эффективных методов мотивации и стимулирования персонала. Результатом проделанной работы выступает получение максимальной отдачи от использования трудовых и человеческих ресурсов, что позволяет повысить общий результат и прибыльность деятельности компании. Таким образом, мотивация для сотрудника - заинтересованность в выполняемой работе, а для руководителя - эффективный инструмент для управления человеческими ресурсами.

Понятие мотивация определяется, как система процессов, побуждающая людей осуществлять деятельность с конкретной целью. Психологи понятие мотивации объясняют, как эмоциональное состояние, которое характеризуется положительными эмоциями от ожидания достижения цели. Менеджеры раскрывают данное понятие, как процесс побуждения работника или рабочего коллектива к трудовой деятельности, направленной на достижение целей компании. Стимулирование труда определяется

как внешнее воздействие на работника, с целью побуждения его к эффективной деятельности. Стимулирование принципиально отличается от мотивирования. Отличие заключается в том, что стимулирование выступает в роли средства, с помощью которого будет осуществляться мотивирование. Мотивация и стимулирование персонала играют существенную роль в развитии у работников значимых характеристик трудовой деятельности, таких как: качество работы, ответственность, результативность, срочность выполнения работы и т.д.

На сегодняшний день существует большое количество теорий мотивации персонала, которые пытаются дать четкое обоснование что такое мотивация и зачем она нужна. Примером таких теорий могут послужить: теория «Х» и «У» Дугласа МакГрегора, теория иерархии потребностей А. Маслоу, теория приобретенных потребностей Мак-Клелланда, теория ожидания К. Левина, теория подкрепления Б.Ф. Скиннера, теория справедливости Портера - Лоулера и т.д.

Таблица 1. – Виды и содержание теорий мотивации

Название теории	Автор	Содержание
Теория «Х»	Дуглас МакГрегор	Теория «Х» объясняет, что сам по себе человек очень ленив и по большей степени не хочет нести ответственность за сделанное, поэтому пытается по максимуму избежать работы. Человек не способен внести вклад в развитие предприятия, если он не ощущает угрозы лишения удовлетворения своих

Управление человеческими ресурсами

		потребностей. Решением данной теории является постоянное принуждение человека выполнять что – то, тем самым осуществлять контроль на его деятельность.
Теория «У»	Дуглас МакГрегор	Основной идеей теории «У» является то, что люди не ленивы и не безответственны . Способность креативного подхода к решению проблем присуща многим людям, а интеллектуальный потенциал человека используется лишь частично. Данная теория доказывает, что люди могут быть самоуправляемыми и творческими в работе, за счет использования правильной мотивации. Согласно теории, труд является естественным процессом, если при этом условия для работы вокруг являются благоприятными, следовательно, работник сможет нести ответственность за проделанный труд и в дальнейшем будет приобщен к организационным целям компании, используя при этом самоконтроль и самоуправление.
Теория «Z»	Уильям Оучи	Теория «Z» является дополнением к теории «X» и «У». Согласно данной теории, на мотивацию работников основное влияние оказывают ценности компании. Ценности работника необходимо развивать при помощи правильной организации и стимулирования причастности к общим целям и коллективу. Цели, поставленные работником и цели компании должны совпадать. По мнению Уильяма Оучи, данная теория раскрывает высокий уровень коллективизма, производительности и взаимодействия между сотрудниками.

Данная таблица является разработкой, в основу которой положено изучение материала, представленного в списке литературы [1, 2].

Существует единая закономерность для всех людей, которая побуждает

человека двигаться по иерархическим ступеням вверх от физиологических потребностей к потребностям в самореализации. На рисунке 1 изображена теория иерархии потребностей А. Маслоу.

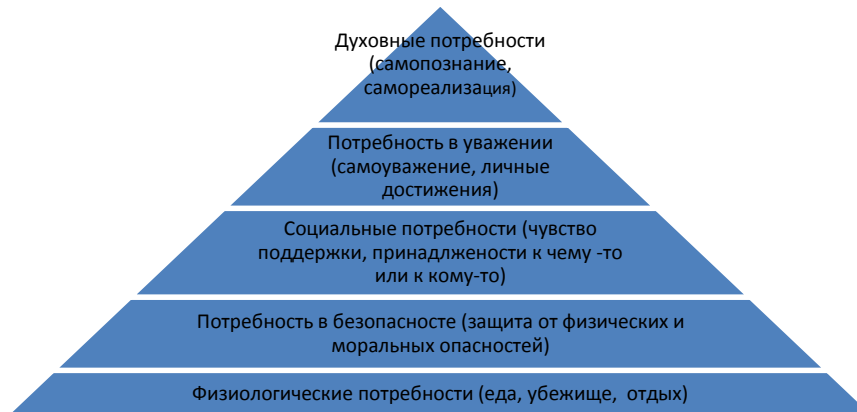


Рис. 1. – Иерархия потребностей А. Маслоу

Согласно вышеприведенным теориям, удовлетворение физиологических потребностей занимает лидирующие позиции. Без социальных благ и достойной заработной платы, человек не сможет удовлетворить свои первоочередные потребности. Поэтому вопрос о материальном стимулировании является одним из важнейших как для рабочего

персонала, так и для менеджеров. Но материальный метод является не единственным эффективным методом стимулирования работника.

Процесс стимулирование работника служит связующим звеном для побуждения его к более эффективной трудовой деятельности. В таблице 2 показаны наиболее часто используемые формы стимулирования.

Таблица 2 – Виды стимулирования

Виды стимулирования	Описание
Экономический	Данный вид основан на использовании в качестве стимулов материальное вознаграждение и компенсацию за трудовые усилия работника, а также достигнутые им результаты. Виды финансовой мотивации сотрудников к труду: премии, процентные надбавки за удачно завершённую работу, денежные компенсации и т.д.
Организационно - административный	Руководитель принимает решения, связанные с нематериальным поощрением. Примером может быть благодарность сотруднику, награждение за трудовые заслуги, распределения полномочий и ответственности, определение гибкого графика работы, профессиональное развитие (бесплатное обучение за счёт компании), возможность карьерного роста и т.д.
Социально-психологический	Для самореализации, работнику необходим благоприятный климат в рабочем коллективе, обеспечивающий нормальное общение и удовлетворенности работника в труде. Установить положительный психологический климат в коллективе менеджер может при помощи различных тренингов, направленных на сплочение коллектива, проведения различных культурно – массовых мероприятий, корпоративных встреч, которые будут посвящены празднованию значимых календарных дат,

поздравление с днём рождения коллег и т.д.

Наличие эффективной системы мотивации и стимулирования трудовой деятельности персонала повышает общую производительность труда, уменьшает текучесть кадров, а также ведет компанию к успеху и стабильному росту. Для того чтобы построить эффективную систему мотивации персонала, необходимо в первую очередь выявить реальные потребности сотрудников, затем сформировать дифференцированную систему вознаграждения (комплекс материальных и нематериальных поощрений для разных категорий работников). Существующие на сегодняшний день механизмы мотивации далеко не совершенны, но они продолжают активно использоваться на практике. На сегодняшний день, менеджеры в большинстве случаев применяют метод материального поощрения работников, так как полагают, что подобный метод является наиболее эффективным и значимым для сотрудника. Но, необходимость в использовании методов как материального, так и нематериального поощрения является одним из важнейших факторов для успешной деятельности любой компании, как российской, так и зарубежной.

Литература и источники:

1. Теория «X» и «Y» МакГрегора. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.grandars.ru/college/psihologiya/teoriya-makgregora.html>, свободный. – Загл. с экрана.
2. Теория «Z», ее преимущества и недостатки. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://berichnow.ru/motivaciya/teoriya-z-vse-ee-preimushhestva-i-nedostatki>, свободный. – Загл. с экрана.

3. Основы менеджмента: учебное пособие / сост.: Н.И. Гвоздев, А.Н. Древаль; Томский политехнический университет. – Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2011. – 188 с. [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://portal.tpu.ru/SHARED/r/RTR/Education/%D0%9C%D0%B5%D0%BD%D0%B5%D0%B4%D0%B6%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82/Tab/Management_Basics_Textbook.pdf, С. – 157, свободный. – Загл. с экрана.

СТИМУЛИРОВАНИЕ ПЕРСОНАЛА КАК КЛЮЧЕВОЙ АСПЕКТ
ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

М.А. Самбурская

Научный руководитель – И.Г. Видяев

В настоящее время бесспорным фактом становится то, что сотрудники любой компании являются самым главным ее ресурсом. Однако многие руководители недооценивают всей сложности управления данным ресурсом. А ведь именно от того насколько заинтересован сотрудник в выполнении работы, от того как и насколько используется его истинный потенциал, зависит не только результативность его труда, но и успех всей компании.

Многие руководители, обращаясь к мотивации персонала, акцентируют свое внимание только на материальной ее составляющей и игнорируют нематериальную сторону данного аспекта. Такой подход к мотивации персонала является ошибочным, так как деньги являются обязательным, базисным, однако недостаточным фактором, побуждающим мотивацию. Именно способность и готовность руководителя обратить внимание на нужды своих сотрудников, корпоративные ценности, позволит компании создать свой уникальный набор благ, который будет нацелен на привлечение и удержание важных сотрудников, на раскрытие их потенциалов, а также на решение актуальных проблем для организации. Поэтому у компаний всегда есть острая потребность в работе с мотивацией персонала, которая не сводилась бы к примитивному денежному вознаграждению.

Однако сегодня, даже тот руководящий состав, который признает высшую степень значимости проблемы управления нематериальной трудовой

мотивацией, не всегда обладает ясным представлением того, как ее разрешить.

Таким образом, главной целью данной статьи будет описание подхода, позволяющего повысить эффективность работы сотрудников, посредством применения нематериальной мотивации.

С точки зрения компании, система нематериального стимулирования подразумевает постановку целей, которые соответствуют индивидуальным потребностям и желаниям, и таким образом способствуют такому поведению сотрудников, которое необходимо для достижения этих целей [1].

Однако универсальных инструментов нематериальной мотивации не существует, так как они разрабатываются исходя из корпоративной культуры компании, потребностей тех личностей, к которым предстоит применять систему мотивирования. Безусловно, данная уникальность и неповторимость системы не может быть скопирована конкурентами, поэтому разработка и внедрение данной системы полностью зависит от компетенции руководителя.

Соответственно для того, чтобы описать эффективный подход к нематериальному стимулированию, необходимо проанализировать демотивирующие факторы, влияющие на работу сотрудников.

Наиболее распространенными факторами являются:

- Отсутствие возможности проявления инициативы и возможности творческого развития;

Важно создать систему работы с идеями и инициативами. Систему

необходимо презентовать всем сотрудникам и обязательно информировать о ходе развития каждой идеи. Каждый работник должен ощущать личный вклад в результат деятельности организации, это позволит заинтересовать его в выполнении работы и повысит его удовлетворенность от полученного результата.

- Дискомфортная среда в организации;

Именно общение является коренной потребностью и условием нормальной жизнедеятельности человека. Поэтому комфортный климат в коллективе, обеспечивающий нормальное общение, позволяет самореализоваться человеку, а также является прекрасным стимулом к ощущению удовлетворенности работника в труде.

Совместное празднование Нового года, дней рождения сотрудников, даже еженедельные планерки – все это идеальные площадки для командообразования и воспитания общекорпоративных ценностей.

- Отсутствие обратной связи с руководством;

Каждому сотруднику необходима оценка результатов его деятельности, наличие информации о том, как выполнена его работа.

Это позволит сотруднику по-настоящему оценить и увидеть его сильные стороны и выявить недостатки в работе, которые он сможет проанализировать, исправить и больше их не допускать.

- Отсутствие побуждения интереса к работе;

Необходимо организовать работу сотрудников таким образом, чтобы они

не просто хотели работать, а хотели стать лучшими сотрудниками, вклад работы которых будет виден всем, а также которые станут примером для подражания других работников организации [2].

Грамотное внедрение таких факторов, как социальная политика, корпоративная культура, развитая система вертикальной коммуникации, а также наличие соревновательного интереса в выполнении работы, поможет создать эффективную систему нематериального мотивирования сотрудников организации.

Таким образом, одним из важнейших аспектов, влияющих на эффективность работы персонала, является стимулирование, определенная модель которого существует на каждом предприятии или фирме. Однако результативность использования системы нематериального стимулирования целиком зависит от ее конкретного наполнения и использования в конкретных условиях той или иной компании. При этом не вызывает сомнения тот факт, что грамотно составленная и внедренная система нематериального стимулирования способна существенным образом повлиять на повышение эффективности деятельности всего предприятия в целом.

Литература и источники:

1. Москвичев С.Г. Мотивация, деятельность и управление. - Киев, 2007. - 490 с.
2. Самоукина Н.В. Мотивация персонала как проблема // Управление персоналом. - 2009. - №7. - С.62-66.

АНАЛИЗ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА

Е.А. Сировская, А.Н. Древаль

Социальная сеть – совершенно новое явление. Сотни миллионов людей во всём мире включились в эту игру. За считанные минуты, человек может получить информацию о друзьях и коллегах, находящихся на другом конце света. Социальные медиа стали новой средой для общения: размещение фотографий, комментарии, сообщения, сетевые игры - лишь часть, что могут делать люди в социальных сетях. За несколько лет, количество социальных сетей выросло и сейчас исчисляется тысячами.

Самые популярные виды социальных сетей, к ним можно отнести «ВКонтакте», «Одноклассники», Facebook, Google+ – сети для знакомств и общения. Файлы сетей чаще всего используются для поиска одноклассников, однокурсников, коллег по работе, а так же для поиска работы, профессионального общения.

Именно такого типа социальные сети используются для продвижения бизнеса компаниями, ориентированными на широкого потребителя.

Социальные медиа контента в России отличаются от своих западных подобий — аудиторией, контентом, многое отличается. И западные направления часто не просто запаздывают, но и вовсе обходят рунет стороной. Попадение интернета в российских городах «стотысячниках» было 60-70% для взрослого населения, что можно сравнить с 70-80% в Великобритании и Соединенных Штатах.

Россия является шестой страной в мире по количеству пользователей всемирной сети, причем треть из них предпочитает мобильный Интернет.

В связи с этим постоянно растёт влияние социальных медиа на жителей рунета: по данным ВЦИОМ (Всероссийский центр изучения общественного мнения) в 2012 г. 82% пользователей имеет хотя один аккаунт в социальной сети против 53% в 2010г.

В данный момент остается открытым вопрос о том, что многие подростки могут, получит доступ к интернет ресурсам, где они не проходят «возрастной кастинг». Так же актуально, что мало уделяться внимания том сколько времени молодое поколение (до 18) проводят в социальных сетях. К чему приводит доступ к тем материалам интернет, который им еще рано видеть и читать, приводит это в основном к негативному воздействию на психику на восприятия мир что «плохо и хорошо» ни для кого не секрет что в интернет имеется много материалов со сценами насилия. Все это ведет к изменению реальности ребенок и в последствие взрослого человека. Так же тот факт что в современном мире ребенок вполне может проводит в интернет мире сколько ему хочется, влияет на его успеваемость в школе, так как он не уделять время выполнению заданий. Не мене важный аспект это здоровье ребенка, они заменяют живое общение, общением в сети у монитора, в следствие негативное влияние на зрение, отсутствие прогулок на свежем воздухе. Все это ведет к постоянному снижению уровня здоровья подрастающего поколения.

Самыми известными социальными сетями можно считать:

- «Odnoklassniki» — 73%;
- «VK» — 62%;
- «Мой мир» — 31%;
- «Facebook» — 18%;

- «Twitter» — 9%.

Возраст 50% пользователей социальных сетей — от 18 до 35 лет, по возрасту разделение пользователей 18-24х лет и 25-35ти лет примерно равно. Пользователи популярных сетей, таких как составляют Facebook и Twitter — пользователей от 25 до 35 лет в этих сетях 39 и 38 %.

По данным ComScore на апрель 2012 года, российские интернет-серферы проводят в социальных сетях 12,9 часов в месяц. Большую часть этого времени уделяется ВКонтакте и на Одноклассикам — 35 и 24 минуты в месяц. Следующее место занимает YouTube — около 10 минут в месяц.

За небольшое время существования, система Brand Analytics собрала более одного миллиарда сообщений юзеров российских социальных медиа. В день в русскоязычных социальных медиа печатается около семи миллионов постов, сообщений и комментариев. В месяц это составляет порядка 200 миллионов. Более полный анализ, с максимальной долей пользовательского контента:

- ВКонтакте: 2,2 млн сообщений;
- Twitter: 4,5 млн сообщений;
- LiveJournal: 160 тысяч сообщений;

В последние годы наблюдается устойчивое развитие к специализированным блогов. Живых и популярных блогов, как и раньше тысячи, они начинают приносить хорошие доходы методом размещения рекламы, платные услуги и платный контент, по количеству информации и аудитории которую ее просматривают все начинает исполнять роль - СМИ. Этому помогает и политика ЖЖ, которая в прошедшем году испытала существенные изменения — послы ЖЖ появились во многих городах России, большой популярностью используются «школы блоггеров». На фоне видов

социализации интернет-СМИ и прихода в Россию тренда социального телевидения, повышения уровня доверия пользователей к информации, полученной в интернете, можно говорить о том, что этот достаточно устойчивый на протяжении последних лет тренд не покинет нас и в 2014 году.

При формировании контента для социальных медиа, всегда следует чётко понимать для кого и куда пойдёт эта информация. В социальных сетях действует своеобразное правило Парето: на 20% информации о компании, приходится 80% информационно-развлекательного контента. В консалтинговом бизнесе 80% информационных сообщений могут содержать полезную информацию для владельцев бизнеса. Очень важно, чтобы заголовок был ярким, цепляющим. Например, для консалтингового бизнеса это могут быть следующие заголовки: 5 способов сократить издержки производства или 3 принципа, на которых базируется успешное продвижение бизнеса. Главное, чтобы информация была ограниченной, но при этом интересной.

Интегрированная модель маркетинга в социальных медиа подразумевает работу сразу во всех направлениях: собственный сайт, социальные сети, блоги, контент-сервисы.

Вне зависимости от наличия комплексной системы формирования контента компания может выбирать различные стратегии общения с потребителями в социальных медиа. Выбор стратегии обусловлен наличием ресурсов и практики вовлечённости в электронную социальную среду компании.

Литература и источники:

1. Баранов А.Е. Три правила успеха интернет-маркетинга / А.Е. Баранов. — М.: РИОР, 2011. 208 с.

2. Данченко Л.А. Маркетинг в социальных медиа. Интернет-маркетинговые коммуникации: учеб. пособие / Л.А. Данченко. – СПб.: Питер, 2013. 128 с.
3. Корифеев А.Н. Будущее за социальными сетями
4. Неелова Н. Энциклопедия поискового продвижения Ignate. – СПб.: Питер, 2014. 520 с.
5. Халилов Д. Маркетинг в социальных сетях – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. 201 с.

КОММУНИКАЦИЯ КАК СПОСОБ ПРИХОДА К ВЛАСТИ

А.Е. Скиданенко, Е.Е. Черкашина

Научный руководитель – А.Ю. Карпова

В целом, «массовые коммуникации – это один из методов распространения информации среди большого количества народа». Большинство исследователей считают, что коммуникации – это необходимая составляющая нынешнего общества, один из главных методов прихода к власти в современном мире. Массовые коммуникации являются элементом корректировки отношений в обществе, элементом поддержки единства и целостности социума [2].

Огромное влияние массовые коммуникации оказывают на политику, политические взаимодействия, а также властные отношения внутри общества, в которых обязательно установить и поддержать устойчивые связи политических субъектов друг с другом. В современном мире, когда государственная система и методы управления ею усложняются с невероятной скоростью, как никогда необходимы совершенные механизмы массовых коммуникаций, обширное их использование при приходе к власти [1].

Массовые коммуникации – главнейший способ «мирного прихода к власти» и мирного управления народом в современном мире, который обеспечивает так называемую «диалоговую многофункциональную связь» между субъектами коммуникации (отправителем и получателем). Массовые коммуникации – это неотъемлемая часть политики и современной демократии, где принятие решения основывается на принципе большинства. В современном мире, мире власти, борьбы за нее,

психологических хитростей, мире, где каждый желает добраться до власти, но доберётся до нее лишь наиболее «хитрый и изворотливый», умеющий правильно и «красиво» найти общий язык с обществом, именно в этом мире так необходимы коммуникации, все их многообразие.

Цель: изучить коммуникацию как одного из способов прихода к власти, а так же решить проблемы, возникающие при ее достижении.

Распространение слухов считается одним из самых эффективных инструментов конкурентной борьбы. Профессионально запущенный слух может привести как к краху компании, так и к её небывалому расцвету [3,4].

Слухи являются сильным инструментом в коммуникационной, предвыборной и PR-деятельности. Слух преследует достижение определенной цели. Для того, чтобы эта цель была достигнута, слух должен быть грамотно сформулирован и внедрен в сознание общественности [5].

«Запуск» слуха – это трудоёмкий и очень важный процесс, от которого зависит успех всей коммуникационной и PR-деятельности. Можно выделить четыре этапа «запуска» слухов:

1. Выбор целевых групп, на которых будет направлен слух.
2. Выбор источника для запуска слуха.
3. Формулирование слуха.
4. «Запуск» слуха.

Процесс «запуска» слуха требует постоянного мониторинга. От правильно сформулированного и запущенного слуха зависит успех всей PR-

деятельности компании. Его можно использовать как против конкурентов, так и для создания положительного имиджа собственной компании и привлечения клиентов [7].

Коммуникация представляет собой важный способ прихода к власти посредством умелого использования манипулирования массами на основании применения самых различных средств – слухов, недостоверной или искаженной информации. Именно слухи представляют важный фактор манипуляции, поскольку воздействуют определенным образом на удовлетворение потребности людей, характеризуясь актуальностью и возможностью дальнейшего приукрашивания и передачи.

В процессе осуществления манипуляции общественным сознанием важны способы, связанные с фабрикацией, повторностью, определенной подачей данных, подачей серой и черной информации, организуя большие массовые психозы. Данные способы направлены на то, чтобы превратить толпу в стадо и направить ее в нужное русло, обрисовав ориентиры и новые ценности, часто вредные для граждан. Немаловажную роль в этом играет телевизионная реклама, являясь не только техническим средством дробления важной информации на

фрагменты, но и средством привития нездоровых ценностей и ориентиров. В связи с наличием манипуляции, современные массы характеризуются наличием сбора в определенном месте незанятых граждан, которые под воздействием объединяет стадный рефлекс, потеря страха, появление бессознательных инстинктов. Эту массу и направляет вождь в нужное русло, получая выгоду. Целью может быть прибыль, всеобщее оглушение, контроль над массой рабов и тому подобные цели [6].

Литература и источники:

1. Аронсон Э., Пратканис Э. Эпоха пропаганды: Механизмы убеждения – повседневное использование и злоупотребление. – СПб., 2002.
2. Андреева Г.М., Богомолова Н.Н., Петровская Л.А. Зарубежная социальная психология XX столетия: Теоретические подходы. – М., 2001.
3. Андреева Г.М. Социальная психология. 5-е изд. – М., 2002.
4. Агеев В.С. Межгрупповое взаимодействие: Социально-психологические проблемы. – М., 1990.
5. Абдеев Р.Ф. Философия информационной цивилизации. М., 1994
6. Березин В.М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия. М. 2003.

ФИНАНСЫ

ВИДЫ И КЛАССИФИКАЦИЯ КОРПОРАТИВНОГО СТРАХОВАНИЯ

И.О. Казина

Научный руководитель – Т.Р. Рахимов

В настоящее время страхование – важный и необходимый инструмент, который обеспечивает стабильность и безопасность экономических субъектов путем защиты от неблагоприятных событий.

Цель статьи: рассмотреть сущность и виды корпоративного страхования.

Для достижения цели в статье были решены следующие задачи :

- описаны следующие виды корпоративного страхования: ДМС, страхование от несчастных случаев и болезней, страхование жизни;
- изучена структура российского корпоративного рынка;

В рыночной экономике хозяйствующие субъекты самостоятельно обеспечивают финансовую стабильность. Предприятия ведут свою деятельность на свой страх и риск потерять имущество, не получить прибыль. Статистика показывает, что каждые 10 лет предприятия терпят крупный убыток. Поэтому организации должны это учитывать и всегда быть готовыми к возмещению потерь. Компенсацию потерь обеспечивает институт страхования. Кроме этого, благодаря страхованию решаются вопросы социального обеспечения персонала.

Таким образом, у предприятий объективно возникает потребность в страховой защите своего имущества, иных имущественных интересов и социальном обеспечении персонала. Страхование имущественных и иных интересов экономических субъектов является корпоративным страхованием.

Корпоративное страхование – применение страхования по защите имущественных интересов предприятия, социального обеспечения работников, а также управления финансовыми потоками физических и юридических лиц.

Наиболее распространенным продуктом является добровольное медицинское страхование (ДМС) сотрудников. Это страхование является персональным. Одной категории людей можно предложить более дорогие программы, другой – более дешевые. Клиент может выбрать сетевую программу, состоящую из нескольких поликлиник, а может – только одну, конкретную поликлинику. Ведется индивидуальная работа по пакету заказчика. Этот вид страхования пользуется большим спросом, потому что он удобен для сотрудников: не надо тратить личное время на заключение договора, кроме того, и цены для корпоративных клиентов ниже. ДМС –

еще и форма социального пакета предприятия, некоего бонуса для сотрудников. По системе on-line корпоративные клиенты могут купить бизнес-карту – годовой полис страхования выезжающих за рубеж. Бизнес-карта крайне необходима и очень удобна как для руководителей, так и для тех, чья работа связана с частыми поездками.

Следующей по востребованности является страхование от несчастных случаев и болезней. Страхователем в этом случае выступает юридическое лицо, а застрахованным-физические лица, в здоровье которых страхователь имеет прямой интерес.

При наступлении страхового случая страховое обеспечение обещает:

1. Пособие по временной нетрудоспособности в размере полного заработка;

2. Единовременную страховую выплату (до 60-кратного минимального размера оплаты труда в случае гибели сотрудника);

3. Ежемесячные страховые выплаты застрахованному при наступлении инвалидности или членам семьи в случае смерти кормильца;

4. Оплату дополнительных расходов на медицинскую помощь, транспортирование и лекарства.

Договор страхования от несчастных случаев заключается на произвольный период, а также на время выполнения назначенной работы, поездки и т.д.. Этот договор считается краткосрочным и заключается на срок от 1 года с единовременной уплатой взносов, однако может заключаться и на срок до 5 лет.

Не уступает по значимости и накопительное страхование жизни, которое сочетает в себе защиту от несчастных случаев и возможность скапливания определенной суммы средств. Работодатель, делая страховые взносы, создает отсроченный бонус, который страховая компания

выплачивает работнику, если он проработал на предприятии достаточное количество лет.

Выгоды для работодателя:

- долгосрочный инструмент мотивации персонала;

- привлечение и удержание высококвалифицированных кадров;

- оптимизация затрат на обеспечение социальной помощи работнику в непредвиденных ситуациях;

- формирование у персонала лояльности по отношению к компании;

- создание имиджа социально ответственной компании;

- страховые взносы относятся на затраты, в размере не превышающем 12 % от фонда оплаты труда;

Выгоды для работника:

- возможность получить бонус за выслугу лет;

- компенсационные выплаты при временной нетрудоспособности или инвалидности в результате несчастного случая;

- финансовая поддержка семьи в случае гибели работника;

- гарантированность страховой выплаты при страховом случае;

- уверенность в завтрашнем дне.

Срок страхования может длиться от 5 до 40 лет. Размер страховой суммы назначается исходя из условий договора и потребностей клиентов. Главные риски: застрахованное лицо дожил до планируемого срока, застрахованный ушел из жизни. Второстепенные риски: телесные повреждения, смертельно-опасное заболевание, определение инвалидности. Страховая выплата производится в течение 15 дней с момента подачи необходимых документов. Страховые взносы отчисляются единовременно, ежемесячно, ежеквартально, раз в полгода или ежегодно.

В 2013 году премии страховых компаний, специализирующихся на

страховании жизни, выросли на 32,8% – с 81,5 млрд рублей до 108,2 млрд рублей. Премии по страхованию жизни составили 84,8 млрд рублей (78,4% от всех премий, собранных страховщиками жизни), по страхованию от несчастных случаев и болезней – 22,3 млрд рублей (20,6%), по ДМС – 1 млрд рублей (1%).

В динамике за период 2010–2013 гг. усилилась тенденция увеличения

доли премий по страхованию жизни с 64,3% до 78,4% за счет сокращения доли премий по страхованию от несчастных случаев и болезней с 33,1% до 20,6%. Доля премий по ДМС в общих сборах страховщиков жизни практически не изменилась и составила 1%.

Таблица 1 – Динамика долей премий страховщиков жизни по видам страхования в 2010–2013 гг

Вид страхования	Премии в 2010 году,%	Премии в 2011 году,%	Премии в 2012 году,%	Премии в 2013 году,%
Страхование жизни	64,3	67,5	66,1	78,4
Страхование НС	33,5	31,0	33,1	20,6
ДМС	2,2	1,5	0,8	1,0

Источник: АСЖ



Рис. 1. – Структура премий, собранных страховщиками жизни в 2013 году, на страховом рынке Российской Федерации.

Выплаты по страхованию жизни после значительного скачка показателя в 2012 году на 74%, в 2013 году сократились на 8%, что на фоне резкого

увеличения сбора премий привело к падению уровня выплат с 24,7% до 14,5%.

Таблица 2 – Выплаты и уровень выплат по страхованию жизни в 2008–2013 гг.

Год	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Страховые выплаты, млрд рублей	6	5,33	7,84	7,66	13,3	12,3
Прирост (убыль),%	–47	–11	+47	–2	+74	–8
Уровень выплат,%	32	34	34,8	22	24,7	14,5

Источник: Банк России, АСЖ

В 2013 году выплаты по страхованию от несчастных случаев и болезней выросли на 29,4%, до 13,2

млрд рублей. Отмечается небольшое увеличение уровня выплат с 13,8 до 14,1%.

Таблица 3 – Выплаты и уровень выплат по страхованию от несчастных случаев и болезней в 2008–2013 гг.

Год	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Страховые выплаты, млрд рублей	7,2	5,16	5,9	8,0	10,2	13,2
Прирост (убыль),%	+1,5	-28,3	+14,3	+35,6	+27,5	+29,4
Уровень выплат, %	20,5	19,1	16,2	16,5	13,8	14,1

Источник: Банк России, АСЖ, «Страховой маркетинг»

В 2013 году выплаты по страхованию от несчастных случаев и болезней выросли на 29,4%, до 13,2 млрд рублей. Отмечается небольшое увеличение уровня выплат с 13,8 до 14,1%.

В статье были рассмотрены следующие виды корпоративного страхования: ДМС, страхование от несчастных случаев, страхование жизни. Из текста статьи видно, что наибольшей популярностью пользуется страхование жизни (78,4% в 2013 году), второй по востребованности является страхование от несчастных случаев (20,6%), наименьшую долю имеет добровольное медицинское страхование (1%). Эти страховые программы являются надежной защитой интересов клиентов, а также хорошей мотивацией для сотрудников.

Литература и источники:

1. Годин А.М, Фрумина С.В. Страхование- Учебник- М. 2009 – 139
2. Грищенко Н.Б. Основы страховой деятельности – М.: Финансы и статистика- 2004.
3. Ермасов С.В, Ермасова Н.Б. Страхование- Учебник- М.: Юрайт- 2003
4. Российский статистический ежегодник (М., 2013. — с. 544)

КОНСОЛИДИРОВАННАЯ ГРУППА НАЛОГОПЛАТЕЛЬЩИКОВ

А.А. Кропова, К.А. Баннова

На современном этапе развития налогообложения организаций, чья деятельность связана между собой тем или иным образом, все чаще применяется режим консолидированного налогообложения, в рамках которого для целей налогообложения учитывается не только сам факт наличия особых связей между организациями, но и качество, экономическое и юридическое содержание такой взаимосвязи, а также ее степень. Данный механизм налогообложения является новым инструментом налогового планирования и позволяет формировать благоприятные условия для развития бизнеса и экономики в целом.

Цель исследования – раскрыть основную сущность консолидированной группы налогоплательщиков и определить эффективность ее функционирования.

Консолидированная группа налогоплательщиков - добровольное объединение плательщиков налога на прибыль организаций на основе договора о создании консолидированной группы налогоплательщиков в порядке и на условиях, которые предусмотрены НК РФ, в целях исчисления и уплаты налога на прибыль организаций с учетом совокупного финансового результата хозяйственной деятельности данных налогоплательщиков (п. 1 ст. 25.1 НК РФ).

Одним из механизмов стимулирования инвестиционной активности налогоплательщиков являлся новый закон о консолидированной группе налогоплательщиках от 16.11.2011 г. № 321-ФЗ «О внесении изменений в части первую и вторую Налогового кодекса Российской Федерации в связи с созданием консолидированной группы

налогоплательщиков», который определен в ст. 25.1, Главы 3.1 «Консолидированная группа налогоплательщиков» НК РФ [1]. В рамках данного порядка предусмотрена возможность выбора крупнейшим налогоплательщиком создать консолидированную группу согласно условиям, предусмотренным в ст. 25.2, Главы 3.1 НК РФ. Данный механизм налогообложения является новым инструментом налогового планирования и позволяет формировать благоприятные условия для развития бизнеса и экономики в целом.

Условия создания КНГ следующие, во-первых, одна компания непосредственно или косвенно участвует в уставном капитале других организаций и доля участия в каждом составляет не менее 90%. Во-вторых, совокупная уплаченная сумма НДС/акцизов/налогов на прибыль/НДПИ должна быть больше 10 млрд. руб. В-третьих, суммарный объем выручки от реализации товаров, продукции, работ, услуг, а также прочих доходов всех участников КНГ должна превышать 100 млрд. руб. В-четвертых, совокупная стоимость активов всех участников группы на 31 декабря должна превышать 300 млрд. руб.

В новой главе 3.1 НК РФ приведен перечень организаций, которые не вправе стать участниками консолидированной группы. К ним относятся: резиденты особых экономических зон; компании, применяющие специальные налоговые режимы; участники другой консолидированной группы налогоплательщиков; компании, занимающиеся образовательной и медицинской деятельностью; плательщики налога на игорный бизнес; клиринговые организации.

Консолидированные налогоплательщики, являясь крупнейшими организациями, могут значительно повлиять на социально-экономическое развитие региона в части массового создания престижных и хорошо оплачиваемых рабочих мест, развития, осуществления производственной деятельности, распространения новых товаров, работ, услуг, обеспечения притока высококвалифицированных кадров в регион, что приводит к преемственности и практической передаче опыта и знаний.

Введение специального консолидированного налогообложения для групп компаний с целью снижения издержек бизнеса, связанного с перемещением существующего или организацией нового производства, позволяет развить целый ряд направлений вокруг одного производства. Кроме того, указанный механизм в первую очередь в условиях пограничных регионов позволяет актуализировать их конкурентные преимущества и построить эффективную систему функционирования крупного бизнеса. Организации в результате этого получают возможность расширить свой бизнес путем приобретения мало доходных или убыточных активов, которые необходимы для построения эффективных производственных цепочек. Для региона это имеет крайне важное значение, так как не только приносит в бюджет субъекта Федерации доходы в виде налогов от деятельности холдинга, но и в значительной степени влияет на уровень жизни населения [2].

К наиболее важному преимуществу консолидированного налогообложения для участников групп компаний следует отнести возможность учета убытков отдельных членов группы при расчете консолидированных налоговых обязательств группы. Переход от убыточности организаций

на безубыточный уровень может быть осуществлен за счет качественного обновления системы управления, вовлечения новых организаций в производственный процесс, а также осуществления финансирования за счет собственных высвободившихся средств в итоге работы в КГН.

Введение специального консолидированного налогообложения для групп компаний с целью снижения издержек бизнеса, связанного с перемещением существующего или организацией нового производства, позволяет развить целый ряд направлений вокруг одного производства. Непосредственно для территорий, где расположены участники КГН, налоговые платежи по налогу на прибыль перераспределяются исходя из особой формулы, по которой налог на прибыль будет распределяться между участниками группы в соответствии со стоимостью активов и численностью рабочих (расходов на оплату труда). В итоге основная часть налоговых платежей будет уходить в тот регион присутствия компании, где высока доля производственных активов (по умолчанию предполагается, что каждый участник холдинга – доходный).

Подобный механизм вызовет кардинальное перераспределение доходов региональных и местных бюджетов РФ вследствие уплаты налога на прибыль ответственной организацией в большей части в бюджет отдельных субъектов РФ [3]. После создания данной группы возникает неопределенность объема налоговых поступлений, так как неизвестно, какой регион пострадает, а какой выиграет при реализации данного закона. Это будет означать концентрацию больших денежных потоков на одной территории и неравномерное развитие регионов. Таким образом, для лишения предпринимательских объединений возможности по своему желанию

переносить центры прибыли из одного субъекта Российской Федерации в другой, было принято решение ввести новый закон о «консолидированных группах налогоплательщиков». Механизм консолидации, на наш взгляд, способствует перераспределению доходов между регионами. Однако на первых этапах внедрения закона № 321-ФЗ от 16.11.2011 г. регионы столкнулись с проблемой перераспределения налоговых выплат от консолидированных групп, многие регионы недополучили налоговых отчислений (например, Москва и Санкт-Петербург).

Поступления налога на прибыль в 2013 году в консолидированный бюджет составили почти 2,1 трлн руб., что на 12% меньше, чем в 2012 году, поступления НДС - около 1,9 трлн руб. (снижение примерно на 1% к 2012 году).

После вступления в силу закона о КГН налог на прибыль перераспределится среди регионов, но выиграли от этого не все. По закону наибольшая сумма исчисленного налога консолидированных групп должна уплачиваться в бюджеты тех регионов, где создано большее число рабочих мест и находится производственная база.

Предполагалось, что пострадавших регионов, откуда выйдут крупные налогоплательщики, будет немного – около двух десятков. После перераспределения налога на прибыль в регион присутствия участников КГН пострадали такие регионы, как Москва, Санкт-Петербург, Пермский край, Нижегородская, Белгородская, Волгоградская, Томская и даже Тюменская области, однако другие (Ямал, Самарская и Иркутская область) выиграли. Выиграли такие регионы, где только началось или только закончилось строительство, т.к. весомую роль в данной формуле играет остаточная стоимость амортизируемого

имущества. Территории пока не готовы назвать уточненный ущерб своим бюджетам, однако он в каждом случае вызывает беспокойство – каждый регион недополучает от 3 до 150 млрд. руб. Губернаторы, вынужденные при этом исполнять программные установки Президента РФ В.В. Путина, в рамках которых с нового года будет заметно повышена заработная плата бюджетникам, находятся в поисках денег и обращаются прежде всего в федеральный Минфин.

С 2012 г. создано 12 консолидированных групп налогоплательщиков. Среди них согласно письму Министерства Финансов Российской Федерации от 25 апреля 2012 г. № ЕД-4-3/7018 Федеральная налоговая служба заявила о создании четырех консолидированных групп налогоплательщиков:

- 20.04.2012 г. – ответственный участник группы – ОАО «Мегафон-Интернэшнл»;
- 23.04.2012 г. – ответственный участник группы – ОАО «ЛУКОЙЛ»;
- 23.04.2012 г. – ответственный участник группы – ОАО «АК «Транснефть»;
- 23.04.2012 г. – ответственный участник группы – ОАО «Нефтяная Компания Роснефть» [1].

Согласно данному письму в группу ОАО «Мегафон-Интернэшнл» входит 4 участника, в ОАО «ЛУКОЙЛ» – 41 участник, в ОАО «Нефтяная Компания Роснефть» – 22 участника, в ОАО «АК «Транснефть» – 37 участников.

Практика уплаты налога по совокупности деятельности нескольких организаций отдельных юридических лиц нова для РФ. Насколько успешен будет предложенный подход, покажет время. Можно предположить, что в случае успешной реализации нововведения, предусмотренные настоящим законом требования к консолидированным группам будут

снижены, и возможность уплаты налога на прибыль по суммарным результатам работы будет доступна более широкому кругу налогоплательщиков.

Литература и источники:

1. Баннова К. А. Особенности налогообложения консолидированных налогоплательщиков в развитых зарубежных странах / К. А. Баннова // Вестник Томского государственного университета. Экономика. – 2012. – № 2. – С. 77–80.
2. Баннова К. А. Проблемы налогообложения консолидированных групп за рубежом и в России / К. А. Баннова // Проблемы учета и финансов. – 2011. – № 3. – С. 39–41.
3. Баннова К. А. Реформирование системы налогообложения консолидированных налогоплательщиков в условиях финансово-экономической модернизации российской экономики / К. А. Баннова // Вестник Томского государственного университета. Экономика. – 2011. – № 2. – С. 131–135.
4. Налоговый кодекс РФ (НК РФ) часть 1 от 31.07.1998 №146-ФЗ

ФИНАНСОВЫЕ РЕСУРСЫ ПРЕДПРИЯТИЯ И ИХ ИСТОЧНИКИ

К.И. Логутенко

Научный руководитель – Т.Р. Рахимов

В последние годы в системе хозяйствования наблюдается усиление роли финансов в процессе функционирования предприятий. Объясняется данный рост усиления тем, что финансы входят в часть экономических отношений в обществе, однако по факту дело не ограничивается абстрактными отношениями, и в игру вступают реальные денежные средства, находящиеся в кассах и на счетах в банках. С помощью финансов осуществляется распределение и перераспределение стоимости, которое сопровождается движением денежных средств в форме поступлений, доходов и накоплений, образующих финансовые ресурсы предприятия, которые становятся материальными носителями финансовых отношений.

Впервые в России понятие «финансовых ресурсов» упоминалось в первом пятилетнем плане страны, включающем в себя баланс данных ресурсов. Толкование термина «финансовые ресурсы» имеет множество форм. В общем смысле «ресурс» представляет собой некий запас, формирующий фонды и удовлетворяющий основные потребности. Финансовые ресурсы предприятия – это ресурсы, которые доступны или станут доступны предприятию для использования (вложения и расходования). Это денежные средства и активы, которые будут обращены в денежные средства (инвестиции, дебиторская задолженность). Этот вид ресурсов никогда не существует сам по себе, всегда есть собственник или лицо, имеющее права на распоряжение. Следовательно, можно сказать, что финансовые ресурсы не существуют вне

отношений собственности. В процессе обращения на предприятии финансовые ресурсы периодически изменяют свою вещественно-материальную форму, что способствует расширению воспроизводства и созданию прибавочной стоимости (прибыли). Формирование финансовых ресурсов происходит в процессе образования предприятий и их отношений по поводу осуществления хозяйственно-финансовой деятельности [1].

Ресурсы – это то, что отражается в активе баланса предприятия, а источники их формирования обратны находятся в пассиве баланса. Источники финансовых ресурсов делятся на две основные группы: собственные и заёмные.

Собственные финансовые источники представляются в виде собственного капитала, который включает в себя: уставный капитал, резервный капитал, добавочный капитал, нераспределённую прибыль. Уставный капитал является основным источником собственных финансовых ресурсов, так как составляет большую часть собственного капитала. Уставный капитал – это совокупная стоимость активов предприятия, зафиксированная в учредительных документах, являющаяся взносами собственников в капитал предприятия. С помощью этих средств формируются оборотные активы и основные фонды предприятия. За время жизненного цикла предприятия его уставный капитал может увеличиваться, уменьшаться, дробиться. Увеличение уставного капитала может проводиться за счёт средств добавочного капитала. Добавочный капитал формируется за счёт эмиссионного дохода (разницы

между ценой продажи и номинальной стоимостью акций). Также добавочный капитал может использоваться для погашения балансового убытка за текущий период, а также других нужд предприятия.

Следующий элемент собственных финансовых источников – резервный капитал или резервный фонд, это зарезервированная часть собственного капитала предприятия, предназначенная для внутреннего страхования его хозяйственной деятельности. Гарантирует бесперебойность работы организации. Формирование резервного фонда осуществляется путём обязательных ежегодных отчислений, размер которых контролируется учредительными документами. Таким образом, уставный, добавочный и резервный капитал предприятия образуют его собственный капитал (совокупные активы за вычетом обязательств). Однако помимо этого в состав собственных финансовых источников входит прибыль, находящаяся в распоряжении предприятия (нераспределённая). Нераспределённая прибыль – это прибыль в распоряжении предприятия, не использованная на потребление собственниками и не распределённая между учредителями в виде дивидендов, а вложенная в активы предприятия для расширения деятельности. Объём нераспределённой прибыли характеризует имеющиеся у предприятия возможности для самофинансирования. Предприятия, пользующиеся только собственным капиталом, отличаются наивысшей финансовой устойчивостью, но в то же время ограничены в темпах своего развития и не могут воспользоваться финансовыми возможностями для прироста прибыли на вложенный капитал.

Помимо собственных источников, финансовые ресурсы предприятий формируются за счёт заёмных

источников. Заёмные финансовые ресурсы – это долги и займы предприятия, состоят из краткосрочных и долгосрочных обязательств. Долгосрочные обязательства или пассивы представляются в виде ипотечного кредита, долгосрочных кредитов банку, выпуска в обращении облигаций, лизинга (размещение движимого и недвижимого имущества в аренду предпринимателям, закупленного лизинговой фирмой, которая остаётся собственником этого имущества). Срок погашения данных обязательств ожидается более, чем через год. Краткосрочные обязательства или текущие пассивы предприятия оплачиваются из текущих активов и должны быть погашены в течение одного года [2].

Структура и состав источников финансовых ресурсов не является постоянной величиной, они зависят от особенностей формирования затрат и запасов предприятия, от состояния экономики предприятия, а также могут изменяться с течением времени.

С помощью всех вышеперечисленных источников формируются такие виды финансовых ресурсов предприятия как: денежные поступления, денежные доходы и денежные накопления.

Денежные доходы предприятия формируются из прибыли от реализации товаров и услуг, прибыли от реализации имущества и сальдо внереализационных доходов и расходов. Прибыль от реализации товаров и услуг – есть разница между выручкой от реализации (с учётом налога на добавленную стоимость, акцизов и т.п.) и себестоимостью продукции. Следует отметить, что в финансовой отчётности различают: валовую прибыль, т.е. выручка от реализации за вычетом затрат, без учёта коммерческих и управленческих затрат и прибыль от продаж, которая включает в себя расходы на управленческие нужды.

Прибыль от реализации имущества представляет собой разницу между выручкой от реализации имущества и расходами, направленными на эту реализацию. Третья составляющая сальдо по внереализационным операциям. Определяется как доходы от операций, не связанных с реализацией, уменьшенные на расходы по их осуществлению.

Прибыль один из важнейших показателей финансово-хозяйственной деятельности каждого предприятия. Анализ её динамики, абсолютной величины и соотношения с затратами позволяют оценить финансовое состояние предприятия, принять решение о банковском кредите или инвестициях.

Второй вид финансовых ресурсов – денежные накопления. Образуются за счёт прибыли прошлых периодов, представляются в форме амортизационных отчислений и средств резервных фондов. Основные фонды и прочее амортизируемое имущество постепенно переносят свою стоимость на созданную продукцию, накапливая средства для дальнейшего их воспроизводства. Данный процесс сопровождается регулярными амортизационными отчислениями. В практике существует несколько методов начисления амортизации: уменьшаемого остатка, линейный, списания стоимости по суммам чисел лет срока полезного использования, списания стоимости пропорционально объему продукции работ. К основным фондам, срок полезного пользования которых более 20 лет, применяется линейный метод начисления амортизации. В остальных случаях предприятие имеет право выбора метода начисления амортизации, однако к отдельным объектам амортизируемого имущества могут применяться поправочные коэффициенты. Удельный вес денежных средств, связанных с амортизацией, в составе финансовых

ресурсов определяется видом и стоимостью амортизируемых объектов, выбранным методом начисления амортизации, временем эксплуатации имущества [3].

На предприятии за счет отчислений от прибыли формируются различные резервные фонды, целью которых может быть как компенсация ущерба, в результате непредвиденных событий, так и погашение долговых обязательств. Создание таких фондов сокращает риски ведения хозяйственной деятельности предприятия.

Завершающий вид финансовых ресурсов – денежные поступления. Денежные поступления могут выступать в виде привлечённых средств; средств поступивших после перераспределения, от основной «материнской» компании; бюджетных средств.

Можно сделать вывод о том, что объём и состав финансовых ресурсов зависят от размера и вида предприятия, а также рода его деятельности. При этом объём производства и его эффективность тесно связаны с объёмом финансовых ресурсов. И чем выше производительность и эффективность предприятия, тем больше величина собственных финансовых ресурсов, и наоборот. Достаточные финансовые ресурсы и их рациональное использование прогнозируют финансовую устойчивость, ликвидность, платёжеспособность предприятия. Главной задачей предприятия является изыскание резервов увеличения собственных финансовых ресурсов и наиболее эффективное их использование в целях повышения эффективности работы предприятия в целом.

Литература и источники:

1. Басовский, Л. Е. Финансовый менеджмент: учебник / Л. Е. Басовский. – Москва: Инфра-М, 2005. – 240 с.

2. Нешиной, А. С. Финансы : учебник для вузов / А. С. Нешиной. – 7-е изд., перераб. и доп.. – Москва: Дашков и К, 2007. — 512 с.
3. Рахимов, Т. Р. Финансы, денежное обращение и кредит: учебное пособие для вузов / Т. Р. Рахимов, А. Б. Жданова, В. В. Спицын; Национальный исследовательский Томский политехнический университет (ТПУ). — Томск: Изд-во ТПУ, 2011. —199 с.
4. Сергеев, И. В. Экономика предприятия: учебное пособие / И. В. Сергеев. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Финансы и статистика, 1999. – 304 с.

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПРИБЫЛИ ПРЕДПРИЯТИЯ

К.В. Орлова

Научный руководитель – Е.В. Слепа

Для любого предприятия важным является получение достаточной прибыли, так как это позволяет расширить свое производство, применять новые технологии и, несомненно, все это влияет на экономическую стабильность предприятия. Предприятие получает прибыль в том случае, если выручка превышает себестоимость продукции. Показатель прибыли можно рассчитать как $P=D-I$, где P-прибыль, D-доходы, I-издержки производства [1].

Но, как известно, полученная прибыль должна приносить новый доход. Доход – это важный показатель экономики предприятия. Для получения максимальной прибыли предприятию необходимо заботиться не только

вопросами ее формирования, а так же характером ее распределения. Процесс распределения представляет собой выбор направлений, предстоящего использования прибыли, которые соответствуют политике развития предприятия.

Принцип распределения прибыли состоит в том, что полученная предприятием прибыль распределяется между предприятием и государством. Прибыль предприятия в государственный бюджет поступает в виде налогов и сборов, которые имеют строго фиксированную ставку. Прибыль, оставшаяся у предприятия после уплаты налогов, направлена на развитие предприятия.

Распределение прибыли предприятия в самом общем виде представлено на рис. 1.

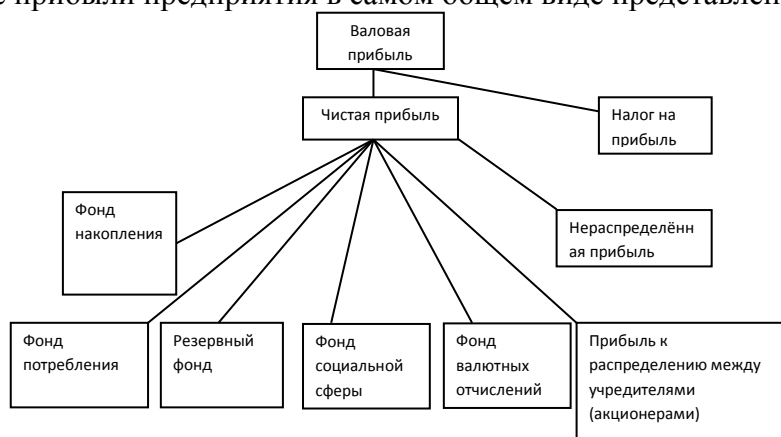


Рис 1. – Распределение прибыли предприятия

Фонд накопления необходим для приобретения и строительства основных фондов производственного и непромышленного назначения и осуществления других капитальных вложений.

Из фонда накопления выделяются средства для:

- ✓ проведения научно-исследовательских работ;

- ✓ проведения природоохранных мероприятий;
- ✓ выплат сверх установленных норм;
- ✓ расходов по выпуску ценных бумаг;
- ✓ уплаты штрафных санкций в случаях не соблюдения норм;

Фонд потребления используется на финансирование социальных нужд и

материальное стимулирование работников.

Резервный фонд создается с целью покрытия непредвиденных расходов, вызванных стихийными бедствиями, и балансовых убытков.

Так же часть прибыли может остаться нераспределенной [3].

Прибыль, которая осталась в полном распоряжении предприятия, расходуя им по собственному усмотрению. Ни Государство, ни какие-либо другие органы не вправе вмешиваться в экономическую политику государства и не вправе влиять на процесс распределения прибыли.

Так же важным фактором, обеспечивающим финансовую стабильность предприятия, является резервный капитал. Его наличие показывает, что предприятие способно выдержать риски, а в случае

непредвиденных расходов без серьезных потерь покрыть эти расходы.

Подводя итог, еще раз отметим, что прибыль, которую предприятие получило, оно имеет право использовать, как ему угодно, кроме той части, которую предприятие обязано выплатить государству.

Механизм распределения прибыли должен быть направлен на максимальное получение выгоды [3].

Литература и источники:

1. Грузинов В.П. Экономика предприятия (предпринимательская): Учебник для вузов. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Юнити-дана, 2002. – 795 с
2. Скляренко В.К., Прудников В.М. Экономика предприятия: Учебник. — М.: ИНФРА-М, 2005. - 528 с. - (Высшее образование).
3. Чуев И.Н., Чечевицина Л.Н. Экономика предприятия: Учебник. – 3-е изд., перераб. и доп., 2006. – 416 с.

УПРАВЛЕНИЕ ПРИБЫЛЬЮ НА ПРЕДПРИЯТИЕ

Н.Е. Соколов

Научный руководитель – В.В. Спицын

В современной экономической ситуации, прибыль является важнейшим объектом внимания менеджеров и руководителей, выступая первостепенным показателем успешности. Любая предпринимательская деятельность ориентирована на получение и увеличение прибыли.

Целью настоящей работы является исследование управления прибылью на предприятии.

Для достижения поставленной цели мы рассмотрим понятие и виды прибыли и определим цели, задачи и

методы управления прибылью предприятия.

Существует большое количество разных определений термина «прибыль», но следует заметить, что по своей сути она является неким двигателем производственного процесса. Прибыль – это финансовый результат производственной и коммерческой деятельности организации, который показывает ее чистый доход.

В зависимости от условий формирования, выделяют виды прибыли, которые представлены в табл. 1.

Таблица 1 – Классификация видов прибыли предприятия

Признак классификации	Виды прибыли
По объему издержек обращения	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Бухгалтерская прибыль – это разница между принимаемой к учёту суммой от реализации (доходами с продаж) и расходами (текущими издержками). ▪ Экономическая (чистая) прибыль – это сумма, которая получается в результате вычета из бухгалтерской прибыли дополнительных расходов. В числе таких расходов могут быть некомпенсированные собственные траты, которые не были учтены в себестоимости продукта, дополнительные премиальные работникам, затраты на чиновников и т.д
По значению конечного результата	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Нормативной или предусмотренной ▪ Максимально возможной или минимально допустимой ▪ Упущенная выгода, с отрицательным результатом (убыток)
По характеру налогообложения	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Облагаемую налогом прибыль, ▪ Не облагаемую.
В зависимости от видов осуществляемой деятельности	<ul style="list-style-type: none"> ▪ От финансовой деятельности. Это эффект, который получен от привлечения капитала в иные источники на выгодных условиях. ▪ От производственной деятельности. Это результат производства и сбыта. ▪ От инвестиционной деятельности. Это доходы от размещения депозитных вкладов и владения ценными бумагами, доходы, полученные от участия в совместной деятельности с другими компаниями или реализации имущества по завершению инвестиционного проекта.
По регулярности формирования	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Сезонная, ▪ Нормированная ▪ Чрезмерная. ▪ Предельная прибыль — добавочная прибыль, получаемая от продажи дополнительной единицы продукции.

Под управлением прибылью понимается процесс выработки и принятия решений по основным аспектам ее формирования, распределения и использования [2, с.280]. Формирование прибыли заключается в управлении расходами, доходами и ресурсным потенциалом предприятия. Управление использованием и распределением прибыли связано с разработкой дивидендной, налоговой, инвестиционной и социальной политики.

Цель управления прибылью – максимизация капитала собственников предприятия, в конкретных условиях текущего года и в перспективе [2, с.281].

Опираясь на данную цель, можно выделить задачи, которые решаются в процессе управления прибылью. Опишем наиболее важные, на наш взгляд:

1. Оптимизация соотношения допустимого уровня риска и формируемой прибыли. Менеджеры довольно серьезно относятся к хозяйственным и финансовым рискам, так как, опираясь на них, высчитывается соответствующий уровень прибыли.

2. Максимизация формируемой прибыли в соответствии с рыночной конъюнктурой и ресурсным потенциалом предприятия. Эта задача заключается в оптимизации и эффективном использовании ресурсов в конкретных условиях.

3. Перманентно возрастающая стоимость предприятия. Данная задача

призвана максимизировать благосостояние владельцев в будущих периодах. Темпы роста рыночной стоимости определяются в значительной мере уровнем и объемами прибыли, полученной организацией в предшествующем периоде.

4. Организация эффективных программ участия персонала в прибыли. Целью таких программ является симбиоз интересов владельцев и наемных работников. Предполагается эффективное стимулирование трудового вклада работника в формирование прибыли и обеспечение приемлемого уровня его социальной защиты.

Перейдем к рассмотрению методов управления прибылью.

Как известно, прибыль от продаж, для любого предприятия — это разница между доходами (выручкой от продаж) и расходами (полной себестоимостью продукции, работ, услуг). Исходя из этого, можно сделать вывод, что существуют два основных варианта воздействия на увеличения прибыли предприятия:

- Первый — снижение себестоимости;
- Второй — увеличение выручки.

Для того чтобы достичь положительного эффекта от увеличения прибыли, необходимо провести ряд мероприятий по данным двум вариантам воздействия.

В общем плане эти мероприятия могут подразделяться на экстенсивные (количественные) и на интенсивные (качественные) и выглядеть следующим образом (табл. 2).

Таблица 2. Мероприятия по увеличению прибыли предприятия

Снижение себестоимости	Увеличение выручки
<p>Интенсивные факторы первого рода</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Рационального использования материальных ресурсов, производственных мощностей и площадей, рабочей силы и рабочего времени; 2. Рациональное расходование экономических ресурсов; 3. Снижение затрат на производство; 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Увеличение выпуска продукции; 2. Улучшение качества продукции 3. Диверсификация производства

<p>4. Ликвидация непроизводственных расходов и потерь; Интенсивные факторы второго рода</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Внедрение новых технологий и повышение технического уровня производства; 2. Повышение уровня образования и квалификации работников 	<p>4. Расширение рынка продаж</p>
--	-----------------------------------

Эффективное управление прибылью на предприятии может быть достигнуто исключительно за счет комплексного применения перечисленных мероприятий по увеличению прибыли. При этом необходимо учитывать особенности развития конкретного предприятия в данный момент времени. В случае динамичной ситуации и высокого спроса наилучший результат даст использование экстенсивных факторов. При стабильной ситуации на рынке на первый план выходят интенсивные факторы снижения затрат первого и второго рода. Проведенную систематизацию мероприятий по увеличению прибыли планируется использовать в дальнейших исследованиях управления прибылью на конкретных предприятиях.

6. Соловьева, Н. А. Анализ финансовых результатов деятельности торговой организации : учеб. пособие/ Н. А. Соловьева, О. Ю. Дягель. – Красноярск: гос. торг.-экон. ин-т ; 2007. – 236 с.

Литература и источники:

1. Абдулаева А.А. Лихобабин В.К.,. Методы управления прибылью предприятия. Чита : Молодой ученый, 2014.
2. Баскакова О.В., Сейко Л.Ф. Экономика предприятия(организации). Москва: Дашков и К, 2013.
3. Бланк, И.А. Управление прибылью. – М.: Ника-Центр, 2007. – 768 с
4. Горленко О.А.,. Финансовые методы управления прибылью. Международный Научный Институт «Educatio». Ежемесячный научный журнал, 2014 г., № 5.
5. Григорьева Л.Н. Разработка рекомендаций по совершенствованию управления прибылью и рентабельностью предприятия. Диссертация, СПб: ин-т упр. и экон.; 2014.

ПРОБЛЕМЫ, ТОРМОЗЯЩИЕ РАЗВИТИЕ КРЕДИТОВАНИЯ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ

Д.Л. Хакимова

Научный руководитель – В.В. Спицын

Одним из критериев стабильного общества во всех странах мира характерна возможность и желание человека, жить в данном обществе в долг. Взять кредит и наладить свой бизнес стало более выгодно, чем на имеющихся на данный момент собственных денежных средствах. А это возможно только когда у кредитной организации в лице банка имеется уверенность в надежности и финансовой состоятельности его клиента, которая бывает только в стабильном обществе. В настоящее время частные лица в отличие от юридических, обладают меньшей законодательной защищенностью. Банкам становится значительно выгоднее работать с корпоративным сектором нашей экономики, нежели с населением, ввиду того что розничные кредиты для них дороже, а имеющиеся у населения залоговые возможности крайне ограничены [3]. Когда финансовая обстановка в стране становится стабильной кредитные организации начинают поворачиваться лицом к своему самому массовому клиенту – физическим лицам. К этому их начинает подталкивать понижение доходности банковской деятельности и высокая конкуренция на финансовом рынке, а также уверенность в том, что все их расходы, которые они понесут, при создании необходимой инфраструктуры розничного кредитования окупятся доходами, которые они получают с процента от кредита [5].

На сегодняшний день самым перспективным для кредитных организаций является сектор ипотечного кредитования, поэтому

большинство Российских банков вырабатывают большое количество программ ипотечного кредитования, несмотря на незначительную доходность от данного вида деятельности.

Деятельность банков в данном сегменте кредитования имеет большое количество рисков из за длительного периода кредитования. Поэтому стоимость данной кредитной услуги велика. Банкам для привлечения клиентов необходимо в первую очередь снизить процентную ставку за счет исключения из нее риска неплатежа. Чтоб это осуществить банки должны отсеять «плохих» заёмщиков и этим предотвратить случаи невозврата, и соответственно, дополнительные затраты, связанные с этим [1].

Исходя из вышеуказанного ключевым вопросом кредитования физических лиц должна служить достоверная классификация потенциальных заемщиков банка на «хороших» и «плохих».

На сегодняшний день перед всеми кредитными организациями в секторе кредитования физических лиц стоят следующие проблемы:

1. Отсутствие у заемщика кредитной истории. В результате у недобросовестных заемщиков появляется масса возможностей получить кредит в нескольких банках, без какой-либо проверки их предыдущих кредитных историй.

2. Проблема невозврата кредита. В результате банк выдавший кредит вынужден нести большое количество издержек: потеря основной суммы долга, судебные издержки, административные издержки,

потерянное время и т.д. Шестая часть граждан России (15 процентов) полностью согласна с утверждением, что невозврат банковского кредита не является преступлением. Россияне, которых попросили обосновать утверждение, что невозврат кредита не является преступлением, наиболее часто утверждают, что банки зачастую сами обманывают заемщиков, скрывая реальную стоимость кредитов. Такое же количество опрошенных полагают, что невозврат не является преступлением в том случае, если человек не может платить по кредиту из-за жизненных обстоятельств.

3. Высокие ставки банков. В России основной проблемой кредитования являются высокие процентные ставки, из-за чего большое количество наших граждан, да и обычных предприятий не имеют возможности взять кредит и наладить свой бизнес. В то же время величина ставки напрямую зависит от уровня инфляции, которая в нашей стране большая. Исходя из этого процентная ставка никак не может быть ниже уровня инфляции.

4. Также существуют проблемы кредитования связанные с инфляцией. За последние несколько лет уровень инфляции в России снизился. Но стабильной экономической систему нашей страны назвать сложно, и для этого нужно сделать не мало. У банков и кредитно-финансовых организаций из-за уровня инфляции возникают две взаимосвязанные проблемы:

- Из-за нестабильной экономики граждане России боятся хранить деньги в банке на депозитах.

- Это приводит к снижению уровня услуг по кредитованию.

Отсутствие у банков долгосрочных ресурсов не позволяет им создавать для физических лиц привлекательные кредитные программы. Выдаваемые краткосрочные кредиты на

потребительские нужды граждан обычно окупаются банковскими учреждениями гораздо быстрее и с максимальными процентными выгодами. Для того чтобы ипотечный кредит был более привлекательным для населения, необходимо увеличение государственных программ, которые позволят ипотеке стать более доступной [4].

В данной статье была рассмотрена тема потребительского кредитования в России с позиции проблем, которые возникали у банков при освоении данного рынка. Исходя из вышеперечисленных проблем, можно сделать вывод о том, что на сегодняшний момент, существует много задач, которые стоят в сфере потребительского кредитования и их еще предстоит решить в будущем. Таким образом, на данный момент банки находятся в невыгодном положении. С одной стороны, необходимо осваивать рынок потребительского кредитования, а с другой, с иным процессом связаны очень высокие риски, которые нередко перекадываются на заемщиков, что явно не способствует стимулированию спроса на кредиты. Так же неизвестно, когда освещенные здесь проблемы будут надлежащим образом урегулированы с правовой точки зрения [2].

Литература и источники:

1. Селезнев А. Проблемы совершенствования кредитно-банковской системы // Экономист. – 2009. – с. 96-101 (Дата обращения: 03.12.2014)
2. Проблемы кредитования // Банковское дело. URL: <http://manipani.su/> (Дата обращения: 02.12.2014)
3. Ипотечное кредитование. Разумова И.А. Учебное пособие. 2-е изд. 2009, изд. Питер.
4. Факторы влияющие на развитие системы кредитования физических лиц

// Вестник самарского государственного
университета 2011г. 7(81) (Дата
обращения: 03.12.2014)

5. Проблемы тормозящие развитие
кредитования URL:
<http://kbnn.ru/problemy-tormozyashhie-razvitiie-kreditovaniya-fizicheskix-lic.html>
(Дата обращения: 05.12.2014)

ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ БИРЖЕВОЙ ТОРГОВЛИ

Е.В. Щербович

Научный руководитель – Т.Р. Рахимов

Биржевая торговля на данный момент – это результат длительной эволюции различных форм оптовой торговли. Актуальность выбранной темы обуславливается тем, что функционирование современного рынка напрямую зависит от биржевой торговли, т.к. именно она обеспечивает движение товаров, ценных бумаг и т.д.

И именно поэтому целью является изучение эволюции биржи, чтобы понять, какие существуют классификации и какие черты им присущи, чтобы ориентироваться в современном рынке.

Для достижения данной цели потребуется раскрытие следующих задач:

1. Рассмотреть биржу, как элемент рынка;

2. Раскрыть этапы развития биржевой торговли за рубежом;

3. Описать возрождение российских бирж.

Товарная биржа является основным звеном инфраструктуры товарного рынка. Именно здесь осуществляется торговля по эталону или прототипам товаров, стоимость которых подвержена немалым и тяжело прогнозируемым изменениям.



Рис. 1 – Основные элементы инфраструктуры рынка

Главное преимущество биржи заключается в том, что она упрощает процесс торговли, так как в ней спрос и предложение пытаются сбалансировать друг друга с минимальными затратами труда и расходов.

Биржа является организованным рынком, потому что связывает хозяйствующих предпринимателей с производителями, с целью получения прибыли с одной стороны и удовлетворения собственного спроса с другой.

Товарная биржа не занимается торгово-посреднической практикой, а всего-навсего реализует для нее условия. Другими словами можно сказать, что она ведет бесприбыльную деятельность, тем самым обеспечивая оптовый рынок реального товара. Ведь если бы биржи стремились максимизировать свою прибыль, то это существенно увеличивало бы оплату совершения сделки, что привело бы к затруднению при реализации товара.

Свое начало биржевая торговля берет еще в XVI-XVII веках. Однако причину и место возникновения термина «биржа» до сих пор не могут выяснить. Одни ученые считают, что данный термин связан с названием площади в Древней Греции, на которой проходили торговые собрания, другие же связывают «биржу» с кожаным мешком, который обнаружили в Древнем Риме, где хранили деньги и драгоценности.

Самой первой формой биржевой торговли являлась валютно-вексельная биржа. Здесь деньги и векселя выступали главными объектами сделок, т.к. сделки с товарами обычно проходили на ярмарках.

Самое первое и именно специальное заведение для биржи было возведено в 1531 г. в Антверпене, городе Брюгге. Данная биржа в основном возникла на основе развития торговли английской шерстью и индийский перцем, которые часто брали на себя роль денег. Так же в Антверпене велись операции с ценными бумагами таких правительств как Португалия, Испания, Франция и др. К сожалению к концу XVI века Антверпенская биржа пришла в упадок, в связи с прекращением платежей по займам испанским и французским королям.

Далее центр торговой деятельности переместился в Амстердам. Ведь именно здесь в 1608 году была создана одна из знаменитых бирж в мире. Уникальность данной биржи состояла в том, что здесь торговали не только облигациями и акциями, но и рыбой, солью, пряностями и другими товарами.

В 1570 году наблюдался расцвет Лондонской биржи. Позже произошло преобразование этой биржи в закрытую корпорацию, в связи с появлением акционерных обществ и обществ по торговле, которые вели нечестную конкуренцию, обманывая вкладчиков.

Лондонской бирже были присущи три особенности:

1. Господствующий принцип самоуправления;

2. Условия допущения, которые опираются на представление поручительства;

3. Разделение биржевой публики на маклеров и дилеров.

Среди знаменитых бирж прошлого времени следует выделить фондовую биржу во Франкфурт-на-Майне, расцвет которой связывают с фамилией Ротшильдов.

А в Америке уже с середины XVIII века на организованных рынках шла торговля таких товаров как текстиль, куры, кожа, металл и лесоматериалы.

На определенном этапе значение бирж реального товара начало падать и в связи с этим появились фьючерсные биржи. Благодаря торговле в Чикаго и на Среднем Западе США фьючерсная торговля начала свое развитие. Фермеры, испытывая трудности с транспортировкой и сбытом своих товаров стали практиковать заключение контрактов с последующей поставкой товаров.

В последнее время на такие страны как США, Великобритания и Япония приходится около 98% международного биржевого оборота.

Впервые в России понятие «биржа» обозначилось в XVIII вв. Именно тогда в Великом Новгороде проводились первые купеческие собрания.

Самая первая регулярная биржа открылась в Санкт-Петербурге, которую воздвиг Петр Великий. Она же оставалась единственной официально признанной в течении целого столетия.

Наиболее распространенной формой срочных сделок на русских биржах были операции репортирования и депортирования. Эти сделки представляли собой форму биржевого финансирования и составляли важное

звено в механизме фондовой торговли. По правилам Петербургской биржи участники сделки давали друг другу письменное обязательство.

Сделки на срок делились на два вида:

1. Простые сделки на срок («твердые»);

2. Сделки с премиями («вольные»).

По правилам Петербургской биржи условия о срочных сделках излагались в торговой маклерской записке. Исполнение срочной сделки называлось ликвидацией. Так же сделка могла быть заключена на срок от 1 до 3 месяцев.

Сделки с премией имели большую популярность, которая объяснялась тем, что была возможность минимизировать возможные убытки от неправильного предвидения курсов. Такие сделки в основном заключались с корпоративными акциями, курс которых мог сильно колебаться.

Биржевая торговля в России характеризовалась значительной отсталостью, т.к. находилась на самой ранней стадии своего развития. Это объяснялось тем, что на российских биржах в основном заключались сделки с товаром, который предварительно осматривался и одобрялся покупателем, т.е. с товаром небиржевым в европейско-американском смысле.

Российские биржи, в отличие от иностранных, не только являлись рынками, но и представляли интересы торговли и промышленности перед правительством, когда в других странах эту функцию брали на себя торгово-промышленные палаты.

После Октябрьской революции деятельность бирж была прекращена, т.к. они не вписывались в теорию и практику «военного коммунизма».

Выпуск в 1921 году НЭПа характеризовался стихийным учреждением бирж по всей стране, уже в конце этого года возникли такие биржи как Вятская и Нижегородская.

В положении «О товарных и фондовых биржах и фондовых отделах при товарных биржах», принятом 2 октября 1925 года, говорилось «Товарная биржа является организацией торгующих предприятий и лиц, имеющих определенные цели».

Но в феврале 1930 года было принято решение об устранении всех товарных бирж, так как существовавшая в стране тоталитарная командно-распределительная система более не имела потребности в устройстве свободного рыночного регулирования.

Новая жизнь отечественных бирж началась в 1990 году. Они имели различную организационно-правовую форму. Около 60% бирж были зарегистрированы как акционерные общества закрытого типа.

Советские биржи обладали собственной спецификой, т.е. в отличие от зарубежных бирж отечественные торговали чем угодно.

В Российских биржах плотно закрепились четыре группы товаров: нефть и нефтепродукты, цветные металлы, зерно и сельскохозяйственная продукция, а так же уголь.

К 2008 году лицензии товарных бирж получила 61 организация. Из них самые значительные – ЗАО «Национальная товарная биржа», НП «Московская фондовая биржа» и ЗАО «Биржа Юмекс». Для максимальной защиты нашего внутреннего рынка от влияния мировых цен в России на электронной торговой площадке РТС открылась фьючерсная сахарная биржа.

На данный момент в Российской биржевой торговле есть ряд негативных проблем.

Слаборазвитая инфраструктура фьючерсного рынка затрудняет вовлечение во фьючерсную торговлю множество предприятий и организаций в широкие слои населения. Непосредственные производители и потребители сырьевых ресурсов, а так же банки и кредитные учреждения не достаточно информированы о целях и

правилах фьючерсной биржевой торговли, а так же о преимуществах, которые предоставляет фьючерсный рынок. Так же очень сильно сказывается на состоянии торговли отсутствие правовой базы и «четких правил игры».

Таким образом, можно сделать вывод, что Российские торговые площадки - это совокупность различных видов бирж России, а именно: товарных, фондовых и валютных. Развитие современный биржевой рынок России получил еще во времена правления Петра Первого. С тех пор российские торговые площадки прекращали свое активное развитие только в советское время.

Литература и источники:

1. Биржевое дело: Учебник / Под ред. В. А. Галанова, А. И. Басова. М.: Изд-во Финансы и статистика, 1998. 304 с.;
2. Голицин Ю.П. Фондовый рынок дореволюционной России, 4-е издание, сокращенное;
3. Дегтярева О.И. Биржевое дело. – М.: Магистр,2007. – 623 с.
4. Миркин Я. М. Ценные бумаги и фондовый рынок. М.: Перспектива, 1995. 550 с.;
5. Резго Г.Я. Биржевое дело. – М.: Финансы и статистика; ИНФРА-М.- 2009. – 288.:ил.

ИНВЕСТИЦИИ

НЕДВИЖИМОСТЬ КАК ОБЪЕКТ ИНВЕСТИРОВАНИЯ КАПИТАЛА

Ж.В. Вальгер

Научный руководитель – И.Г. Видяев

Сегодня актуальным и достаточно надёжным является вложение собственных финансов в недвижимость. В экономике часто случается так, что активы обесцениваются и это нормально. Инвестирование в недвижимость во все времена было стабильным средством сбережения и приумножения своих активов. Разумное применение маркетинговых стратегий поможет не только сохранить, но и приумножить эффективность инвестиций. С точки зрения доходности коммерческая недвижимость может обеспечить более стабильную прибыль.

Инвестиции средств в недвижимость – это отличный вариант для тех людей, которые рассчитывают получить доход с вложений даже в периоды экономических проблем и кризисов [1]. Несмотря на существование некоторых политических рисков, а также обращая внимание на то, что недвижимость довольно трудно продать во время кризисных явлений, вы в любом случае будете застрахованы от существенных потерь.

Такой вид инвестирования капитала несет в себе намного меньше рисков в сравнении с инвестированием в ценные бумаги. В первую очередь, это связано с тем, что недвижимое имущество в крупных городах

пользуется регулярным спросом и растёт в цене год от года. Чем больше населенный пункт – тем, следовательно, и выгоднее приобретать недвижимость.

Понятно, что торговая и другая коммерческая недвижимость как объект инвестирования очень хороша, но и жилые квадраты не меркнут на этом фоне. Квартиры и дома стоят меньше, а их размещение способно существенно увеличить ликвидность. Необходимо учитывать и степень доверия застройщику, местоположение дома и квартирную планировку. В настоящее время особенным спросом пользуются однокомнатные квартиры, гостинки или студии, так как они успешно сдаются в аренду и лучше продаются.

Недвижимость как объект инвестирования обладает определенными признаками:

- невозможность перемещения объекта недвижимости без угрозы нанесения ущерба (т.е. неподвижность недвижимости);
- существующая тесная связь с землей (как в физическом, так и в юридическом плане);
- неповторимость каждой единицы недвижимости по своей инвестиционной привлекательности и по физическим свойствам;
- на данный момент времени очень высокая цена недвижимости;

- скрытый доступ к информации о сделках;
- отсутствие возможности похитить недвижимость;
- медленное развитие потери потребительских свойств, связанное только с износом недвижимости;
- необходимость соблюдения установленных государством процедур при совершении сделок (например, купли-продажи, аренды);
- достаточно высокий уровень издержек;
- финансовый риск, возникающий под воздействием техногенных и природных факторов, риск разрушения или повреждения, риск развития износа;
- неразрывная связь потребности человека в жилой площади с полезностью недвижимости;
- рост стоимости недвижимости с течением времени;
- необходимость постоянного управления недвижимостью для получения дохода [2].

Существует определенные виды и способы инвестирования в недвижимость. Из большинства вариантов, которыми можно организовать инвестиции в недвижимость, наиболее подходящий для себя может отобрать почти каждый гражданин. Ориентироваться нужно, прежде всего, на сумму сбережений и ожидаемый доход в соотношении с прогнозируемыми рисками.

Способ № 1. Инвестиции в жилую недвижимость с последующей сдачей ее в аренду.

Такой способ характеризуется наименьшими рисками и простотой. Весь алгоритм действий в таком случае будет понятен каждому человеку, не имеющего даже отношения к бизнесу: для начала нужно купить жилплощадь, а затем – сдать внаем. Ничего сложного как видите. Конечно же, есть тонкости, которые необходимо учесть еще до приобретения квартиры. К примеру,

какой район выбрать? Насколько должна быть благоустроенной планировка? Дорогой ремонт планировать или нет? Как обставить квартиру и т.п. Тем не менее, вероятность ошибиться по-крупному и потерять все средства, очень малы.

Первый неприятный момент в таком случае инвестиций – необходимость личного участия и контроля, поскольку найм профессионала будет нерентабелен. Это не столько важно, но придется найти квартирантов, ремонтировать помещение, заниматься обстановкой, принимать плату за аренду и следить за другими мелочами. Другой «подводный камень» – большие инвестиции в жилую недвижимость способны вызвать определенную сложность: можно заниматься двумя-тремя квартирами, а на большее просто не хватит времени и координации.

Одна из разновидностей вложений в жилую недвижимость – оформление ипотеки. Такой способ приобретения квартиры все еще сохраняет свою привлекательность. Хотя и у неё есть свои минусы.

А положительных момента здесь два: потребуются значительно меньшая сумма взноса, а грамотный подход обеспечит более весомую прибыль. Но при этом инвестор должен быть более квалифицирован: нужно подобрать квартиру, кредит от банка, резерв, выбрать процентную ставку и так далее, для чего потребуются определенный опыт или багаж знаний. Однако здесь больше рисков, он не подойдет тому, кто не признает займов.

Инвестирование в жилую недвижимость требует учета следующих моментов:

- Более выгодно приобретать проекты с перспективой развития: имеющие необычную архитектуру, хорошую реализацию, инфраструктурное обеспечение и т.п. Но ценится не только это, а и сама

квартира: у помещения может быть отличная планировка, но неудачный вид из окна.

• Разумеется, лучше инвестировать средства в объекты, находящиеся возле метро, вокзала и других транспортных путей. Особенно это важно, когда планируется покупка квартиры элитного класса.

Способ №2. Инвестирование в строящуюся недвижимость.

Этот способ инвестирования весьма прибыльный, так как затраты на покупку такой недвижимости сравнительно небольшие. Практически реализуется данный способ следующим образом: покупается (или берется в кредит) недвижимое имущество, спустя определённый срок строительство заканчивается, цены на собственность повышается, и появляется ощутимая выгода. Но тут также есть свои риски, куда же без них. Один из таких минусов – есть вероятность возникновения кризисной ситуации, из-за чего строительство не завершается, а другой – в том, что доход необходимо ожидать конкретный срок.

Поэтому для гарантированного получения дохода от вложений средств надо отнестись к подбору объекта с достаточной серьёзностью. Прежде всего, стоит обратить внимание на репутацию компании-застройщика: учесть срок ее существования на рынке, количество успешно построенных объектов, качество объектов и т.п.

Выгоднее всего сочетать разные способы инвестирования в недвижимость: сначала вложить деньги в строящийся дом, после завершения – сдавать квартиру внаем, а через несколько лет продать выгодно, в соответствии с рыночными ценами. Такой вариант будет самым эффективным.

Способ № 3. Инвестирование в коммерческую недвижимость.

Инвестиции в коммерческую недвижимость хороши своей

возможностью делегирования полномочий в управлении и найма специалистов для полного или частичного управления недвижимым имуществом. Здесь понимается возможность использования электриков, сантехников и другого технического персонала, а в случае крупных и/или нескольких объектов – услуг управляющей фирмы, выполняющая все задачи содержания недвижимого имущества.

Это поможет, как минимум частично, снять с себя заботы по сдаче её в аренду, осуществлению ремонтных работ, приему арендной платы и прочих забот. Конечно же, работу всех сотрудников необходимо контролировать, но всё же это лучше чем самостоятельное выполнение данных функций.

Инвестирование капитала в коммерческую недвижимость являются гораздо прибыльнее, чем в жилую. Основным минусом здесь является, то, что такие вложения требуют изначально большого капитала, но это окупится в разы.

Рассмотрим основные преимущества и недостатки инвестирования в недвижимость:

К преимуществам инвестиций в недвижимость можно отнести:

1) Цены на недвижимость на долгосрочной перспективе всегда демонстрируют рост;

2) Если вы покупаете недвижимость первый раз, которая является частью жилого фонда, то это вам даст возможность получить хорошие преференции и оплатить подоходный налог по невысокой ставке;

3) При покупке коммерческой или жилой недвижимости в моменты, когда цены на них очень маленькие, вы можете рассчитывать на получение существенного дохода при ее перепродаже;

4) При оформлении долгосрочного кредита для приобретения

недвижимости, вы получаете право на прибыль. Данная прибыль вызвана падением курса валют, в которой был оформлен кредит;

5) Недвижимость это тот актив, который способен защитить ваши деньги даже в условиях нестабильной экономической ситуации в стране;

6) Возможность иметь стабильную прибыль на аренде недвижимости, независимо от экономического положения.

Инвестирование в недвижимость имеет также свои недостатки:

1) При приобретении и перепродаже недвижимости заранее подготовьтесь на дополнительные затраты. Также не стоит забывать о том, что в условиях нестабильной экономики продать недвижимость в короткие сроки практически невозможно;

2) Цены на недвижимость очень большие в настоящее время. По прогнозам многих экспертов ожидается резкое снижение цен, из-за чего вы рискуете понести потери;

3) Стоимость на недвижимость регулярно колеблется и заранее предсказать, сколько будет стоять та или иная недвижимость очень сложно. Например, если рядом с домом будет воздвигаться супермаркет, то цена будет расти;

4) Вы способны понести убытки из-за действия политиков и местных властей, которые контролируют цены на аренду объектов недвижимости, налоговые ставки и т.п.[3].

Рассматривая недвижимость как объект инвестирования можно прийти к определённым выводам. Инвестирование в недвижимость, несмотря на свои недостатки, является одним из самых надёжных объектов для инвестирования капитала. Даже в моменты, когда недвижимость сложно продать вы можете сдавать её в аренду и получать постоянный доход. В долгосрочной перспективе недвижимость в 99% случаях

гарантирует вам получение прибыли или как минимум защитит от инфляции.

Литература и источники:

1. Инвестирование. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://investpro.ru>
2. TrueInvest.ru. Правдивая информация об инвестициях. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://trueinvest.ru>
3. Записки инвестора. Журнал. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://fintraining.livejournal.com>
4. FinWebinar.ru [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://finwebinar.ru>
5. Административно-управленческий портал. AUP.RU [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.aup.ru>

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ЗПИФОВ НЕДВИЖИМОСТИ КАК ИНСТРУМЕНТА ИНВЕСТИРОВАНИЯ

Е.С. Коптелова

Научный руководитель – И.С. Антонова

За последнее десятилетие в России наблюдался рост популярности коллективных инвестиций – одной из наиболее динамичных отраслей России. На данный момент существует множество вариантов инвестирования своих средств как для физических, так и для юридических лиц, поэтому грамотно информированный инвестор анализирует каждую из альтернатив и принимает решение о способе осуществления своих инвестиций в перспективе. Здесь важно адекватно сравнить преимущества и недостатки каждого варианта вложений и принять целесообразное, соответствующее целям решение.

В России возможность инвестировать средства в недвижимость появилась относительно недавно: первый закрытый паевой инвестиционный фонд недвижимости (ЗПИФН) появился в России в марте 2003 года под управлением российской управляющей компании «Конкордия – Эссет Менеджмент», и спустя год их уже насчитывалось около 10. [1] Идея о создании в России ПИФов недвижимости пришла с Запада, где подобные фонды существуют уже более века. [2]

Для начала необходимо рассмотреть основную суть понятия паевого инвестиционного фонда. ПИФ представляет собой имущественный комплекс без образования юридического лица, который основан на доверительном управлении. Иными словами ПИФ – это объединенные средства инвесторов, передаваемые управляющей компании, которая в свою очередь осуществляет доверительное

управление паевым инвестиционным фондом, непосредственно совершая сделки с его имуществом. В России существует общепринятая классификация по времени, когда можно купить или продать паи, согласно которой ПИФы подразделяются на:

- Открытый – управляющие обязаны продавать и выкупать паи в каждый свой рабочий день фонда;
- Интервальный - открывается непосредственно для продажи и покупки паёв в определённый период времени, оговоренный в правилах фонда, однако не реже раза в год;
- Закрытый - продают паи только при формировании фонда и выкупают при закрытии [3].

Паевые инвестиционные фонды, вкладывающие средства в недвижимость, создаются только в форме закрытых паевых инвестиционных фондов (ЗПИФ). Поэтому далее представлена сущность понятия *ЗПИФН*, который характеризуется тем, что он является имущественным комплексом без образования юридического лица, являющийся вариантом долгосрочного вложения средств, так как создается на фиксированный срок, и, как правило, в России этот срок составляет от 5 до 15 лет. «Закрытость» ПИФа недвижимости заключается в продаже паев только при его открытии и возможности для вкладчика выйти из ПИФа только при прекращении его деятельности. Динамика создания ЗПИФов недвижимости в России согласно данным информационного ресурса Investfunds приведена на рис.1 [4].



Рис. 1 – Динамика создания ЗПИФН

Как видно из рисунка 1, на начальном этапе создания ЗПИФов недвижимости их число увеличивалось с каждым годом незначительно в связи со слабо проработанной нормативной базой. Однако, начиная с 2007 года, динамика создания ЗПИФН сменилась значительным приростом в размере 71%. Данный прирост основан на преимуществах ЗПИФН в сравнении с прочими инструментами инвестиций для потенциальных инвесторов:

- Наличие внешнего контроля деятельности управляющей компании и соблюдения прав Банком России, спецдепозитариями и аудиторами, что обеспечивает надежность инвестиций в ЗПИФы;

- Выгодная система налогообложения закрытых ПИФов. ЗПИФ является имущественным комплексом без образования юридического лица, следовательно, не выплачивает налог на прибыль. Это означает, что фонд не платит налог на прибыль со своих операций, а его выплачивает владелец паев в момент получения дохода. Это преимущество выгодно для инвесторов (пайщиков), так как в случае вложения полученного дохода в реализацию новых проектов пайщик экономит на отложенном моменте налогообложения прибыли.

- Возможность реинвестирования в новые объекты, включая отложенные налоговые платежи;

- Возможность регулярного получения дохода по паю;

- Отсутствие риска банкротства управляющей компании. Средства, инвестируемые в ЗПИФН, остаются непосредственной собственностью пайщиков, и кроме того, фонд не отвечает по долгам управляющей компании;

- Управляющая компания заинтересована в максимизации дохода инвесторов: чем больше прибыли управляющая компания зарабатывает для пайщика, тем больше она заработает сама;

- Наличие профессиональной экспертизы и обоснованности строящихся объектов.

Закрытость данных фондов имеет и ряд **недостатков** для инвесторов:

- Риски, которые на себя берет инвестор. Так как вложения в ЗПИФ осуществляются на очень продолжительный срок, предсказать возможные проблемы бывает почти невозможно, из-за чего такая инвестиция принимает форму лотереи;

- Отсутствие точной информации о рынке ЗПИФов. Если на рынке интервальных и открытых фондов всегда можно узнать о существующих

программах, то информацию по закрытым паевым фондам инвестор далеко не всегда сможет найти в доступных источниках, так как государство не разглашает информацию по ним.

В результате проведенного исследования деятельности и анализа отличительных признаков закрытых инвестиционных паевых фондов недвижимости наблюдается тенденция к росту инвестиционной привлекательности данного вида фондов. Кроме того, в перспективе, с развитием популярности закрытых ПИФов появляется возможность сохранить и преумножить свои средства населению.

Литература и источники:

1. Коммерсант.ru //Этапы развития закрытых ПИФов недвижимости. [Электронный ресурс].URL: <http://www.kommersant.ru/doc/2577218?9f476940> (дата обращения 09.01.2015).
2. Мировая экономика, финансы и инвестиции // Виды паевых инвестиционных фондов. [Электронный ресурс].URL: <http://www.globfin.ru/articles/funds/pifs.htm> (дата обращения 09.01.2015).
3. Журнал «Рынок ценных бумаг» // Закрытые ПИФы недвижимости: западный путь или свой? [Электронный ресурс].URL: <http://www.rcb.ru/rcb/2005-10/6875/> (дата обращения 09.01.2015).
4. Информационный портал Investfunds // Портрет рынка паевых инвестиционных фондов. [Электронный ресурс].URL: http://pif.investfunds.ru/analitics/amount/?compare_type=date&date=31.12.2014&date_from=&date_to (дата обращения 09.01.2015).
5. Управляющая компания «Доходь» // Закрытые паевые инвестиционные фонды (ЗПИФы). [Электронный ресурс].URL: <http://uk.dohod.ru/uk/pif/close/> (дата обращения 09.01.2015).

6. Управляющая компания «Доходь» // Создание ЗПИФа. [Электронный ресурс].URL:

<http://uk.dohod.ru/uk/pif/zpif/> (дата обращения 09.01.2015).

7. Административно-управленческий портал // Паевые инвестиционные фонды недвижимости. [Электронный ресурс].URL:

http://www.aup.ru/books/m491/8_2_3.htm (дата обращения 09.01.2015).

БИРЖЕВЫЕ ИНВЕСТИЦИОННЫЕ ФОНДЫ: АКТУАЛЬНОСТЬ, ВОЗМОЖНОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ

А.В. Коптырева

Научный руководитель – Е.Ю. Калмыкова

В последнее время биржевые инвестиционные фонды (или ETF - exchange-traded funds) стремительно набирают популярность среди частных инвесторов, но что именно представляют собой ETF и настолько ли они выгодны, как это кажется?

Биржевые инвестиционные фонды или ETF – это фонды, которые торгуются на фондовой бирже, подобно акциям. Они представляют собой сборные инвестиционные фонды, где каждый может получить доступ к индексу или сырью, обеспечивая инвесторам ту же доходность, что и основные рынки. Существует невероятно широкий диапазон фондов ETF, которые могут инвестировать в соевые бобы, лесоматериалы и продукцию лесного хозяйства, равно как и в индекс FTSE 100 или фонд ETF, отслеживающий корпоративные облигации. Отличительной характеристикой биржевых инвестиционных фондов является то, что они сочетают в себе черты паевых инвестиционных фондов, которые можно купить или продать в конце каждого торгового дня по чистой номинальной стоимости активов, с чертами фондов закрытого типа, операции с которыми можно совершать в течение всего торгового дня по цене, которая может быть выше или ниже чистой номинальной стоимости.

По словам директора Seven Investment Management Джастина Стюарта, ETF – это наиболее популярные акции на фондовом рынке. Они являются простым способом инвестировать в индексы и сектора, не оплачивая услуги управляющего фондом.

Из крупнейших высоконадежных провайдеров, управляющих ETF, можно выделить: iShares, управляющий 186 фондами с \$386 млрд. активов, State Street (88 ETF, \$386 млрд. активов), Vanguard (46 ETF с активами на \$92 млрд.), Power Shares (106 ETF, \$33 млрд. в управлении) Pro Shares (78 фондов с активами на \$23 млрд.). [1] В чем разница между традиционным фондом и торгуемым на бирже (ETF)? ETF обращаются на бирже, это значит, что цена не устанавливается раз в день, а постоянно меняется. Можно осуществить более выгодную инвестицию, если правильно подобрать время покупки и продажи в течение дня. Вы можете покупать или продавать традиционные фонды только один раз в день, но ETF могут быть куплены и проданы множество раз, пока открыта биржа.

Теперь рассмотрим основные виды биржевых инвестиционных фондов. Существуют физические и синтетические ETF.

Физические ETF – это биржевые фонды, которые в своем портфеле имеют акции или любой другой физический актив, реально входящие в индекс, который отслеживает ETF. Такой фонд может включать все акции или только определенную часть составляющих индекс акций. Обычно это делается для снижения операционных (торговых) издержек. Использование лишь части акций порождает ошибку слежения, когда цена ETF отличается от базисного индекса. Фонды такого типа нередко используют покупку акций на заемные средства, что имеет как свои плюсы, так и минусы. Физически подкрепленные

ETF означают, что вы на самом деле являетесь держателем активов вашего фонда. Например, ETF iShares FTSE 100 будет на самом деле владеть акциями компаний, входящих в FTSE 100 [2].

Второй вид – это синтетические ETF, то есть фонды, которые вместо реальных активов, используют их производные, например, форвардные и своп контракты, фьючерсы и опционы, которые используются для слежения за индексом. По сравнению с физическими, синтетические ETF имеют определенные преимущества, но и несут дополнительные риски. Синтетические ETF могут снижать ошибку слежения, а их доходность может быть в большей степени сопоставима с показателями доходности индекса. Тем не менее, синтетические фонды более сложны и непрозрачны для инвестора, а также могут обладать меньшей ликвидностью, внося в свою очередь дополнительные риски для инвестора. Именно поэтому американские биржевые фонды обязаны держать 80% своих средств в физических активах, снижая зависимость от производных инструментов. Наибольшее же распространение синтетические ETF получили в Европе и Азии.

Что же касается рисков, то ETF имеют те же риски, как и другие инвестиционные вложения [3].

Во-первых, к ним относится влияние на финансовую стабильность. Биржевые инвестиционные фонды, которые приобретают товары и фьючерсы на товары, стали очень популярны в последнее время. К примеру, SPDR Gold Shares ETF (GLD) имеет в доверии около 41 миллиона унций товаров. Товарная составляющая биржевых фондов зависит от товарных целей потребителей, влияя таким образом на цену. По словам Международного Валютного фонда, некоторые участники рынка считают, что растущая популярность ETF

возможно способствовала росту цен на акции в некоторых странах с развивающейся экономикой. Таким образом, рычаги, лежащие в основе биржевых инвестиционных фондов, способствуют возникновению финансовой нестабильности на фондовом рынке.

Во-вторых, это законодательные риски. Синтетические ETF являются объектами пристального наблюдения со стороны таких служб, как ФСБ, МВФ и БМР (Банк Международных Расчетов). Основной причиной такого внимания является непрозрачность операций, конфликты интересов и отсутствие необходимых нормативных требований.

В-третьих, это риск контрагента. Синтетические ETF имеют риск контрагента, так как контрагенты обязаны по договору сопоставлять рентабельность с индексом. Сделка осуществляется на основе обязательства, принятого контрагентом по свопу. Потенциальная опасность состоит в том, что инвестиционный банк, предлагающий свои услуги ETF, может предъявить свои условия обязательств, и такие обязательства чаще всего весьма сомнительны.

Российским аналогом ETF являются индексные ПИФы. Этот инструмент вложений такой же удобный и мобильный, но имеет один существенный недостаток – отсутствие доступа на международные рынки и соответственно малое разнообразие инвестиционных возможностей.[4] Портфель ПИФов на 100% состоит из российских активов, хотя закон дает им право инвестировать капиталы (до 70%) в зарубежные активы. Отстает от ETF и ликвидность ПИФов. Услугу по выходу на мировой уровень оказывают многие брокерские конторы и банки: американские, азиатские, европейские. Многие из них имеют положительную репутацию, достойное имя и давно зарекомендовали себя на мировом рынке как надежные компании.

Граждане России могут осуществить открытие счета через них (даже не покидая страну), отправив копии или заверенные нотариусом оригиналы документов (какие – укажет банк или брокер) по электронной почте или курьерской доставкой. Спрашивать разрешения у контролирующих органов для этого не придется, но придется проинформировать налоговую инспекцию об открытии счета в иностранном банке. Если сумма инвестиций в открываемый счет будет не менее \$10тыс.. то процедура будет весьма простой. Эти вложения можно будет потратить на покупку разнообразных финансовых инструментов: валюты, акций, ETF, облигаций. Аналогичный перечень услуг предлагают и отечественные брокеры, имеющие дочерние филиалы за рубежом, но цены за свою работу они устанавливают намного выше. На основе составленных прогнозов можно сказать, что перспективными направлениями вложений в рынки и активы с помощью ETF на 2014-2015

года будут являться золото и драгметаллы, канадский доллар, нефть, газ, уран и агробизнес.

Литература и источники:

1. Биржевые инвестиционные фонды [Электронный ресурс] // Exchange Traded Funds: [сайт]. [2012]. – URL: <http://www.rcb.ru/dep/2013-06/227119/> (дата обращения: 14.12.2014).
2. Биржевые инвестиционные фонды (ETF) [Электронный ресурс] // Financial one: [сайт]. [2013]. – URL: <http://fomag.ru/ru/investopedia/?news=5699> (дата обращения: 14.12.2014).
3. Биржевой фонд [Электронный ресурс] // «Финансовые инвестиции - образовательный центр»: [сайт]. [2014]. – URL: <http://ru.saxobank.com/trading-products/etfs/> (дата обращения: 14.12.2014).
4. Торговля биржевыми фондами [Электронный ресурс] // Биржевой лидер: [сайт]. [2010]. – URL: <http://www.fxteam.ru/forex-library/fxteam-forex-library/etf/> (дата обращения: 14.12.2014).

**УСЛОВИЯ РЕГИСТРАЦИИ И ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА
В ОФФШОРНЫХ И СВОБОДНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЗОНАХ**

Е.В. Кугукова

Научный руководитель – Э.И. Рау

В настоящее время свободные экономические зоны прочно вошли в мировую хозяйственную практику и являются неотъемлемой частью международных экономических отношений. В системе мировых хозяйственных связей свободные экономические зоны предстают в основном как фактор ускоренного экономического роста за счет активизации международного товарооборота, мобилизации инвестиций, обмена технологиями, информацией, углубления интеграционных экономических процессов [1, с. 8].

Свободными экономическими зонами (СЭЗ) называют отдельно выделенные территории страны, которые обладают льготными валютными, налоговыми, таможенными режимами. В СЭЗ поощряется формирование экспортного капитала и приток иностранного капитала в сферу услуг и промышленность, а также совместная с иностранным капиталом торговая и другая предпринимательская деятельность.

Целями образования СЭЗ являются создание производства и поставка на внутренний рынок импортозамещающих товаров, отличающихся высоким качеством; освоение нового опыта работы, организации и управления персоналом, подготовка кадров, отработка различных моделей систем управления экономикой, освоение функционирования отдельных хозяйственных субъектов в среде рынка; активизация быстрого роста экспортного потенциала экономической зоны; мотивация экономического

развития регионов, окружающих территорию свободной экономической зоны с использованием иностранных капиталов [1, с.9].

Создание приемлемых условий делает СЭЗ важным фактором в экономическом развитии страны, который помогает ускорить включение национальной экономики в мировые хозяйственные связи, а также простимулировать развитие экономики страны в целом. Фактически СЭЗ выступают в качестве полюсов экономического роста. Это активный инструмент управления внешними экономическими связями на уровне региональной политики и государственном уровне [2, с.3].

К типам СЭЗ с точки зрения функциональности относятся оффшорные зоны, в которых на специально выделенных территориях организовываются льготные налоговые, валютные, регистрационные и банковские условия для нерезидентов страны.

Оффшорная зона - это территория или государство, заинтересованные в регистрации в нём иностранных компаний и для этого гарантирующие особенно низкие, вплоть до отмены, налоговые ставки, отсутствие жёсткого валютного контроля за иностранным капиталом.

Отчётность для компаний в оффшорных зонах чисто символическая, соблюдается принцип конфиденциальности деятельности и разрешается свободный перевод капиталов. Внутреннее законодательство оффшорных юрисдикций, как и ряд международных соглашений обеспечивают легальность

схем ухода от налогового бремени страны, откуда происходит фирма и позволяют избежать двойного налогообложения.

Причинами формирования СЭЗ на территории РФ является необходимость образования высококвалифицированных рабочих мест; создание и дальнейшее развитие различных отраслей промышленности, в том числе и высокотехнологичных, а также сферы услуг; мотивация регионов страны к экономическому и социальному развитию; привлечение капиталов российских и зарубежных компаний [3, с.10].

Принятый федеральный закон предусмотрел формирование на территории нашей страны СЭЗ 2-х видов: особых технико-внедренческих зон и промышленно-производственных зон. Также закон предусматривает ведение на территориях СЭЗ лишь таких типов деятельности, которые обговорены законом и предусмотрены постановлением Правительства РФ. Федеральный закон четко формулирует основные условия налогообложения

ОЭЗ, основной из которых гласит о предоставлении максимальных налоговых льгот [4].

Все участники зон экспортного производства получают значительные льготы относительно федерального налога, которые за счет местных налогов могут дополняться субъектами Федерации:

- освобождение участников от НДС услуг по транспортировке товара;
- освобождение участников со дня регистрации на срок 5 лет от налога на прибыль;
- снижение для участников зоны налога на добавленную стоимость на 50% на продукцию собственного производства, которая реализуется на территории;
- уменьшение налогооблагаемой прибыли на сумму прибыли, которая вложена в инвестиции, по окончании срока 5 лет.

Основные характеристики ОЭЗ, действующих на территории России приведены в табл. 1.

Таблица 1. – Основные характеристики ОЭЗ, расположенных на территории РФ

Место расположения СЭЗ	Специализация СЭЗ	Размер инвестиции государства в инфраструктуру
Санкт-Петербург	Разработки, выпуск аналитических приборов. Выпуск электронной бытовой аппаратуры и программного обеспечения	1,5 млрд. руб. (50% из ФБ)
Дубна, Московская область	Разработки альтернативного источника энергии, проектирование и создание новых летательных аппаратов, электр. приборостроение	2,5 млрд. руб., (65% из ФБ)
Елабуга, Татарстан	Развитие высокотехнологического химического производства. Выпуск бытовой техники, автобусов и автомобильных компонентов	Около 1,6 млрд. руб. (49% из ФБ)
Липецк	Выпуск бытовой техники и комплектующих товаров	1,8 млрд. руб. (42% из ФБ)

Инвестиции

Томск	Выпуск новейших материалов. Разработки медицинских, электронных и информационно-коммуникационных, технологий	1,9 млрд. руб. (70% из ФБ)
Зеленоград	Развитие высокоинтеллектуальных систем навигации, микросхем	Около 5 млрд. руб. (50% из ФБ)

Идеальная свободная экономическая зона – зона с четкими правилами, имеющая максимальную конкурентную среду и минимальные бюрократические издержки. Создание и успех развития ОЭЗ на территории России напрямую зависят от того, насколько они будут приближены к этой схеме. Успешное формирование СЭЗ на территории РФ поможет создать в зонах наиболее благоприятный инвестиционный климат.

Литература и источники:

1. Друзик, Я. С. Свободные экономические зоны // Я.С. Друзик . – М.:ЮНИТИ – 2010. - 345 с.
2. Лемешко, М.В. Свободные зоны не свободны от кризиса / М.В. Лемешко // Деловые люди. – 2010. - №3. – с. 3-9.
3. Смородинская, Н.А. Свободные экономические зоны: мировой опыт и российские перспективы / Н.А. Смородинская // Вопросы экономики. – 2012. - №4. – с. 7-13.
4. Строевский, Л.Е. Внешнеэкономическая деятельность предприятия // Л.Е. Строевский.- М.:ЮНИТИ, 2009. - 819 с.

ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ И ФИНАНСОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ЭФФЕКТИВНОГО ИНВЕСТИРОВАНИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Т.Г. Мурзина

Научный руководитель – Т.Р. Рахимов

Как известно, в условиях рыночной экономики, для которой характерны процессы инфляционного обесценения денег, актуальной является проблема сохранения и приумножения ценности личных сбережений. Поэтому вопрос: «Как эффективно инвестировать денежные средства?» заставляет многих граждан изучать принципы и инструменты эффективного инвестирования в современных условиях.

Целью данной статьи является определение принципов и инструментов эффективного инвестирования в современных условиях.

Для достижения цели в статье решаются следующие задачи: выделить основные принципы и инструменты инвестирования, определить их взаимосвязь; установить зависимость инструмента инвестирования от цели инвестирования.

Инвестиции – грамотное вложение средств с целью извлечения прибыли в будущем [3,с.15]. Простыми словами инвестиции это то, во что инвестор вкладывает средства, чтобы заставить свои деньги расти. Инвестиции являются достаточно небезопасным видом получения дохода, так как всегда присутствует риск, который зависит от суммы инвестиций, их продолжительности, а самое главное от ставки доходности. Наиболее безопасные инвестиции обеспечивают уверенность инвестора, сохранить то, что инвестировал изначально, хотя сумма прибыли в таких случаях ниже. При росте же риска инвестиций, инвестору предлагают более высокую норму прибыли.

Прежде чем инвестировать свои деньги инвестору необходимо подумать о целях, предпочтениях и зоне комфорта. Чтобы получить процент от своих инвестиций, необходимо придерживаться нескольких принципов:

1. Приобретение знаний. Это значит, что первые деньги лучше инвестировать в себя, так они окупятся многократно. После того как появятся знания о финансовых рычагах и принципах их работы, а также об ожидаемой прибыли и рисках, можно переходить к практике.

2. Запас денег. Необходимо создать финансовую подушку - шестимесячный запас денег, на которые можно прожить, сохраняя привычный уровень жизни, не имея дополнительного источника дохода. Создать такую подушку можно откладывая зарплату, или продав имеющую собственность.

3. Вложение в различные отрасли экономики. Важно диверсифицировать вложения в разные финансовые инструменты, но и в разные отрасли экономики, за счет этого инвестиционный портфель будет устойчив к рыночным изменениям, и в случае если одна из сфер начнет терпеть убытки, то остальные будут «вытягивать» средства вложения вверх и не дадут портфелю просесть.

4. Контроль рисков. Прежде чем куда-то вложить деньги, необходимо подумать, сколько можно потерять, а только уже потом – сколько можно заработать.

5. Привлечение соинвесторов. Деньги можно вкладывать сообща, на основании доверительного управления. Доверительное управление – где одно

лицо передает свои средства вложения доверительному управляющему. При этом управляющий не может распоряжаться на праве собственности этими средствами, а лишь имеет право использовать его для извлечения прибыли, процент от которой он получит в случае успешного инвестирования данных средств.

Начать инвестировать можно с любых сумм, если в качестве инвестиционного вклада выбран банковский вклад или акции, то можно начать буквально со ста рублей.

В настоящее время рынок предлагает огромное количество способов вложения денег: от банковского депозита до игры на бирже. Трудно сказать, какой вклад принесет больший доход, поэтому рассмотрим основные варианты капиталовложений:

1. Срочный вклад - самый простой и надежный способ вложения средств, но его доход едва ли сравним с уровнем инфляции в стране. Срочный вклад представляет собой размещение денежных средств в российских рублях или иностранной валюте на счете в банке на срок от одного месяца до нескольких лет под определенный процент. В настоящее время проценты по вкладам в российских банках составляют от 5% до 12% годовых и изменяются в зависимости от срока вклада, валюты вклада и суммы вклада. Преимуществом срочного вклада по сравнению с другим видам инвестиций являются практически 100% гарантия возврата средств с заранее известными процентами. Не смотря на гарантию возврата инвестиций, все же существует риск. В первую очередь – валютный риск, ни один вклад не застрахован от резкого изменения курса валюты вклада. Кроме этого, существует инфляционный риск, когда темпы инфляции могут превысить процентные ставки по вкладу и реальная сумма денежных средств с процентами окажется меньше первоначального

вклада. При выборе банка необходимо учитывать положение банка в общем рейтинге банков, а также его участие в системе страхования вкладов и предлагаемый процент.

2. ПИФ – это паевой инвестиционный фонд, который представляет собой инвестиционный продукт, в котором деньги одного инвестора объединяются с деньгами многих других инвесторов. Опытный менеджер фонда инвестирует этот совокупный объем денег в различные ценные бумаги, в зависимости от целей фонда. Паевой инвестиционный фонд обладает рядом преимуществ: доступ к более широкому кругу инвестиций; мгновенная диверсификация, если одна компания, в акции которой инвестирует фонд находится в плохом финансовом состоянии, это в меньшей степени повлияет на общую производительность ПИФа; доступность – большинство финансовых учреждений предлагает большой выбор паевых инвестиционных фондов; преимущество профессионального управления. Как и любой тип инвестиций, вложения финансовых денежных средств в паевые инвестиционные фонды имеет элемент риска. В зависимости от вида ПИФа риск может колебаться от очень низкого до очень высокого. Хотя фонд диверсифицирован, он по-прежнему отражает движение приобретенных бумаг. Всегда существует риск получить убыток.

3. Рынок Forex. Вложение денег на рынке Forex, который является крупнейшим, самым ликвидным рынком в мире со средним объемом торгов, включающий в себя все валюты мира. Forex - рынок, на котором можно обменять одну валюту на другую. Рубли на доллары, доллары на евро, евро на юани. После совершения сделки, деньги можно вывести на счет в банке или вывести их с форекса наличными. Но для этого необходимо подать заявку на сайте брокера, обычно

по этому типу снятия брокеры комиссии не берут. Хороший способ получить наличные для тех, в чьих городах есть пункты ввода/вывода средств, с которым сотрудничает ваш брокер. Forex – это рынок, на котором торгуются валюты. Он является крупнейшим рынком в мире с точки зрения общего объема торгов и любое лицо, фирма ли страна может почувствовать на этом рынке. Подавляющее большинство сделок совершается такими валютами как доллар США, евро, японская йена, британский фунт. Доходность на рынке Forex может варьироваться от нескольких процентов до нескольких сотен процентов годовых. Но и риски убытков, однако, здесь тоже очень высокие. Для того чтобы торговать на рынке Forex необходимо изучить учебный материал, активно и бесплатно предлагаемый в интернете, отзывы и советы, выбрать стратегию торговли. Нужно быть осторожным при выборе Forex-брокера. Так как сейчас очень много компаний, которые не выводят ваши торговые сделки на реальный валютный рынок.

4. Вложения в драгоценные металлы. Какими бы ценными не были бумаги, они всего лишь остаются бумагами. Драгоценные металлы же не сожгут со временем. Еще одним объектом инвестиций могут быть золото, серебро и другие драгметаллы в виде слитков или свидетельства о праве собственности на данные металлы. Цены на драгоценные металлы могут значительно меняться от года к году до нескольких раз, а значит, появляется возможность выгодно инвестировать денежные средства. Для того чтобы иметь дело с физическим металлом, не платить налог на добавленную стоимость и не искать место для хранения, существует так называемый обезличенный металлический счет. Эту услугу предлагают многие банки. Клиент покупает металл на бумаге, в

реальности же открывается счет на его имя, на котором числится приобретенное количество металла. Закрывать данный счет можно в любое время, а прибыль от инвестиций получается за счет разницы цены покупки и продажи за вычетом минимальной комиссии банка.

5. Покупка недвижимости. Является наиболее распространенным видом вложения средств. В этом случае инвестиционным доходом является получение арендной платы. Так же можно получить дополнительный доход от инвестиций, если цены на недвижимость будут расти. Доходность данного вложения, если не учитывать рост цен, сравнительно небольшая, всего 6-8% годовых. Однако такой вид инвестиций может быть оправдан при определенных жизненных ситуациях, например, в расчете на последующую перепродажу недвижимости с целью улучшения собственных жилищных условий. Вложение денег в недвижимость в большинстве случаев защищает деньги от инфляции.

6. Бизнес. Еще один распространенный способ инвестирования – собственный бизнес. Бизнес – это неограниченные дивиденды. И зависят они будут только от самого себя. От работоспособности, изобретательности и фантазии. Здесь также есть определенные риски, но этими рисками можно управлять. Тут решение принимается самостоятельно, куда направить денежные средства, чтобы получить от них максимальную прибыль.

7. Вложение в качество жизни. Прежде чем вложить деньги, ради их увеличения, необходимо задуматься над целями, которые хотите достичь. Стоит подумать, а не потратить ли деньги на улучшение качества своей жизни. Вложить деньги в свое образование. Ведь получив новую специальность можно окупить и преумножить

средства. Вложить деньги в свое здоровье. Ведь как говорится: полжизни человек тратит на зарабатывание денег, губя своё здоровье, а вторую половину жизни тратит деньги, восстанавливая свое здоровье. Поэтому инвестировав средства в здоровье сейчас, можно продлить себе работоспособность и жизнь в целом. От такого вложения денежных средств зависит успех всей жизни [1].

Не стоит вкладывать деньги в заведомо проигрышные предприятия – казино, финансовые пирамиды. И не стоит инвестировать в такие виды бизнеса как, торговля наркотиками, оружием и контрактным товарами.

Принципы тесно взаимосвязаны с инструментами инвестирования. Не смотря на то, куда вы инвестируете свои средства, какую цель преследуете, самым важным является: знания, наличие свободных денег и контроль рисков. От этих составляющих полностью зависит результат. Каждый финансовый инструмент обладает определенной степенью риска. В зависимости от этого меняется диапазон возможной прибыли. Чем рискованнее финансовый инструмент, тем большую доходность он может принести, впрочем, как и убыток. Стоит также обратить внимание и на наличие свободных денежных средств, что является основой грамотного вложения средств. И при различных жизненных обстоятельствах, стоит выбирать оптимальные варианты инвестирования.

Цели инвестирования инвесторов разного возраста различны, а следовательно различаются и инструменты инвестирования. Именно с целей начинается любое инвестирование. Инвестиционные цели – это финансовые задачи, которые стремится решить инвестор, вкладывая свои средства в любой инструмент инвестирования. Инвестиционные цели определяют не только инвестиционный

инструмент, но и срок на который планируется вкладывать деньги.

К самым распространенным целям инвестирования относят:

1. Увеличение текущего дохода. Довольно распространенная цель инвестирования, так как многие еще опасаются вкладывать деньги в долгосрочные инструменты, а предпочитают получать регулярный доход от инвестиций и тратить его. Приверженцами такой цели часто являются пенсионеры, которые хотят иметь дополнительный источник финансирования. Увеличение дохода обычно обеспечивают проценты или дивиденды.

2. Сбережение средств для крупных расходов – одна из самых распространенных целей инвестирования. Для таких целей, как покупка жилья или автомобиля, оплата образования детей, здесь лучше ориентироваться на низкий инвестиционный риск, так как достижение этих важных целей не стоит подвергать опасности. Оптимальнее всего копить необходимую сумму на банковском депозите.

Для всех остальных целей подойдет доверительное управление или вложение в ПИФы, но эти варианты сопряжены с некоторым риском, так как инвестор не знает, какова будет стоимость этого вложения в будущем.

Перечисленные выше инвестиционные цели не ограничиваются, их может быть намного больше. Актуальными в последнее время являются такие инвестиционные цели, как сохранение капитала от инфляции и обеспечение доходности на вложенные средства выше уровня инфляции или доходности по банковскому депозиту. Самое главное, чтобы поставленные цели были достижимы и четко определены [2].

Итак, чем точнее будут поставлены инвестиционные цели, тем точнее будет желаемый результат,

приемлемый риск и принцип распределения прибыли, тем легче будет выбрать инвестиционную стратегию, соответствующую поставленным целям.

Литература и источники:

1. Куда вложить деньги: [электронный ресурс] URL: <http://www.vibiraem.com/2009/02/18/kuda-vlozhit-dengi.html> (дата обращения: 05.11.2014)
2. Инвестиционные цели: [электронный ресурс] URL: <http://www.pifovik.ru/about/pif-most-substantial/pifs-selection-standarts/invest-goals.html> (дата обращения: 25.11.2014)
3. Николаева И.П. Инвестиции – Изд-во: «Дашков и К», 2013 – 254 с.

**ПРОБЛЕМЫ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ
В ЭКОНОМИКУ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Н.А. Нефедова, Е.В. Дьякова

В современных условиях иностранные инвестиции становятся важным стратегическим ресурсом развития российской экономики. Привлечение иностранного капитала позволит расширить и укрепить инвестиционную базу экономического роста, сделает его более динамичным и устойчивым.

Потенциально Российская Федерация имеет ряд особенностей, привлекательных для иностранных инвесторов: выгодное географическое положение, значительные запасы стратегических природных ресурсов, емкий внутренний рынок, наличие относительно квалифицированной и дешевой рабочей силы, существенный научно-технический потенциал и т. д. Тем не менее, на настоящий момент объем привлекаемого капитала не соответствует реальным потребностям национальной экономики и ее способности абсорбировать иностранный капитал.

По оценке UNCTAD (United Nations Conference on Trade and Development – Конференция ООН по торговле и развитию) в 2013 году Российская Федерация находилась на третьем месте по объему прямых иностранных инвестиций (ПИИ) в экономику [8].

Вместе с тем в результате существенного ухудшения политической ситуации, введения режима экономических санкций со стороны стран Евросоюза, США и некоторых других стран, отсутствия значительных улучшений в инвестиционном климате по итогам 2014 сохранения достигнутых позиций в части привлечения иностранных инвестиций находится под угрозой.

Для более эффективного представления о современной ситуации, сложившейся в Российской Федерации в отношении иностранного капитала, рассмотрим основные проблемы, связанные с особенностями его структуры.

Во-первых, необходимо отметить неустойчивую динамику объема иностранных инвестиций и регулярный возврат большей части капитала, ранее вложенного в Российскую Федерацию из-за рубежа, в страны его происхождения. Об этом свидетельствует то, что ежегодный прирост накопленного иностранного капитала существенно ниже объема его ежегодного прироста (табл. 1).

Таблица 1 – Динамика иностранных инвестиций в экономике Российской Федерации, млн. долл. США [5]

Инвестиции	2011	2012	Темп прироста 2012 /2011, %	2013	Темп прироста 2013 /2012, %
Поступило за год	190643	154570	-19	170180	10
Накoppено за год	25443	17975	-29	43010	139

Во-вторых, обращает на себя внимание тот факт, что видовая структура иностранных инвестиций может быть оценена как неблагоприятная для развития реального сектора экономики. Наибольшая доля привлеченного капитала приходится на кредиты (торговые кредиты, кредиты

Инвестиции

международных финансовых организаций, правительств иных государств под гарантии Правительства Российской Федерации, банковские вклады и другие финансовые ресурсы, предоставляемые на условиях возвратности), что увеличивает внешнюю задолженность страны.

В-третьих, в российской экономике преобладают инвестиции в традиционные, строго определенные

отрасли экономики: топливно-энергетическую промышленность, металлургический сектор, отрасли, работающие на потребительский рынок (оптовую и розничную продажу, общественное питание, пищевую промышленность), а также финансовый сектор, вливания зарубежного капитала в который, начиная с 2012 года, ежегодно сокращаются более чем в два раза (табл. 2).

Таблица 2 – Динамика иностранных инвестиций в разрезе видов экономической деятельности Российской Федерации [5]

Вид экономической деятельности	2011		2012		Темп прироста 2012/2011, %	2013		Темп прироста 2013/2012, %
	сумма, млн. долл.	уд. вес, %	сумма, млн. долл.	уд. вес, %		сумма, млн. долл.	уд. вес, %	
Производство кокса и нефтепродуктов	15 820	8	19 365	13	22	53 869	32	178
Оптовая и розничная торговля	24 456	13	25 379	16	4	31 030	18	22
Финансовая деятельность	86 885	46	43 395	28	-50	20 121	12	-54
Металлургическое производство	9 235	5	13 129	8	42	12 458	7	-5
Добыча топливно-энергетических полезных ископаемых	14 861	8	15 691	10	6	8 745	5	-44

По оценке Е. Ю. Трифонова, сложившуюся российскую структуру иностранных инвестиций сложно оценить однозначно. С одной стороны, тот факт, что в сферу материального производства поступает менее половины годового потока иностранного капитала, не может не вызывать тревоги в связи с хроническим недофинансированием реального сектора, старением их производственного аппарата, растущей аварийностью. С другой стороны, направление значительных объемов иностранных инвестиций на развитие рыночной инфраструктуры способствует ее укреплению и продвижению реформ [6].

В-четвертых, проблемы, связанные с отраслевым распределением иностранных инвестиций тесно связаны с неравномерностью распределения иностранных инвестиций по субъектам Российской Федерации. Порядка 69% привлеченного капитала концентрируется в г. Москве, г. Санкт-Петербурге и Московской области.

Существование данных проблем вызвано рядом факторов (рис. 1).

По данным Всемирного банка, Российская Федерация в 2014 году занимает только 92 место в рейтинге по инвестиционной привлекательности и благоприятности бизнес-среды среди

185 стран, участвующих в исследовании [3].

Одним из основных недостатков инвестиционного климата М. В. Завьялов выделяет нестабильность нормативно-правовых актов и пробелы в законодательстве страны [2]. Регулярно меняющиеся таможенное,

налоговое законодательство вынуждает иностранных инвесторов нести дополнительные издержки как в связи с необходимостью изучения и применения поправок в законы и изменений к ним, так и по причине невозможности прогнозирования дальнейшего развития экономики.



Рис. 1 – Факторы, оказывающие негативное влияние на привлечение иностранных инвестиций в экономику Российской Федерации

По мнению Д. Н. Девятловского, система защиты прав иностранных инвесторов недостаточно проработана, что значительно повышает риски вложения иностранного капитала в экономику Российской Федерации [1].

Также в качестве немаловажной проблемы могут быть названы высокие административные барьеры, связанные со сложностью оформления разрешений, лицензий и иных документов, и коррупция. По оценке неправительственной международной организации по борьбе с коррупцией Transparency International Российская Федерация занимает 136 место по индексу восприятия коррупции из 174 возможных [4].

Еще одной особенностью выступает сложность доступа к информации, касающейся инвестиционного климата, и отсутствие проведения активной политики привлечения иностранных инвестиций в Российскую Федерацию в других странах.

В научной среде выделяют такую проблему, как низкий уровень менеджмента и неэффективность директорского корпуса, что повышает риски вложения капитала в российские предприятия.

Г. А. Шарина считает, что слабая региональная инвестиционная инфраструктура выступает одной из важнейших проблем привлечения иностранного капитала в регионы. Причина этого состоит не столько в недостаточной самостоятельности большей части субъектов Российской Федерации в части определения инвестиционной политики региона, сколько в их низкой конкурентоспособности и отсутствии привлекательных для иностранных инвесторов отраслей [7].

Таким образом, для решения данных проблем целесообразно:

1. Повысить эффективность нормативно-правовой базы в отношении ведения иностранными инвесторами бизнеса в Российской Федерации

посредством детальной проработки соответствующих вопросов:

– предоставление иностранным инвесторам возможности выбора между национальным режимом и режимом наибольшего благоприятствования;

– упрощение порядка, регламентирующего процедуры регистрации, согласования и экспертизы инвестиционного проекта. В том числе возможна организация оформления всех документов по принципу «одного окна» с одним уполномоченным органом, берущим на себя сопровождение проекта с участием иностранных инвестиций. Разработка простых и прозрачных процедур исполнения административных функций, а также контроля над их исполнителями позволит сократить масштабы коррупции;

– расширение и конкретизация условий применения «стабилизационной оговорки» – принципа защиты инвестора от ужесточения национального законодательства, регулирующего режим инвестиций в течение конкретного периода;

– проработка правового механизма регулирования отношений государства с иностранными инвесторами по договорам концессии;

– повышение эффективности государственных мер поддержки особых экономических зон, которым на настоящий момент так и не удалось выйти на планируемый уровень привлечения иностранных инвестиций;

– упрощение порядка таможенного регулирования в отношении товаров, ввозимых на территорию Российской Федерации в режиме временного ввоза;

– совершенствование валютного регулирования в части, касающейся иностранных инвестиций: введение уведомительного порядка регистрации иностранных инвестиций (в том числе валютных операций, связанных с

движением капитала), кроме изъятий, установленных законодательно и упрощение выдачи налоговых кредитов и освобождений;

– создание механизмов страхования иностранных инвестиций.

2. Улучшить инвестиционную привлекательность регионов и стимулировать развитие инвестиционной региональной инфраструктуры:

– провести оценку потребности субъектов Российской Федерации в межбюджетных потоках для финансирования капитальных затрат, инвентаризации ресурсов, поступающих в регионы;

– учитывая имеющиеся разрывы в первоначальных условиях развития регионов, выявить наиболее нуждающихся в федеральной поддержке субъектов Российской Федерации.

3. Повысить доступность информации об инвестиционном климате Российской Федерации:

– разработка и ежегодная публикация перечня отчетов, включающих в себя отчет об изменении инвестиционной политики (на федеральном уровне и в масштабах регионов и отраслей), отчет о предлагаемых инвестиционных льготах и программах и изменении в них, отчет об изменении экономической ситуации в стране, перечень региональных центров поддержки иностранных инвесторов и заслуживающих доверия коммерческих организаций, оказывающих аналогичные функции. Представление данных документов желательно осуществлять на нескольких иностранных языках;

– создание специальных центров по привлечению иностранных инвестиций в Российскую Федерацию в других странах мира для облегчения иностранным инвесторам получение дополнительной информации об инвестировании в Российскую

Федерацию и, соответственно, стимулировании их интереса к ней.

Реализация вышеописанных мероприятий позволит не только увеличить приток иностранного капитала в Российскую Федерацию, но и в целом будет способствовать повышению конкурентоспособности страны в мировом хозяйстве.

Литература и источники:

1. Девятловский, Д. Н. Проблемы привлечения иностранных инвестиций в экономику России [Текст] / Д. Н. Девятловский // Современные наукоемкие технологии. – 2012. – № 7. – С. 46-47.
2. Завьялов, М. В. Привлечение иностранных инвестиций в региональную экономику [Текст] / М. В. Завьялов // Бизнес в законе: экономико-юридический журнал. – 2013. – № 4. – С. 156-158.
3. Инвестиционный климат: есть куда расти // Бизнес России [Электронный ресурс]. – Электронные текстовые данные. – Россия, 2014. – <http://businessofrussia.com/june-2014/item/702-invest-climate.html>. – Заглавие с экрана.
4. Индекс восприятия коррупции-2014 // Трансперенси Интернешнл Россия [Электронный ресурс]. – Электронные текстовые данные. – Россия, 2014. –

<http://www.transparency.org.ru/indeks-vospriatiia-korruptcii/indeks-vospriatiia-korruptcii-2014-otcenka-rossii-upala-na-odin-ball>. – Заглавие с экрана.

5. Иностранные инвестиции // Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Электронные текстовые данные. – Россия, 2014. – http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/investment/foreign/#. – Заглавие с экрана.
6. Трифонов, Е. Ю. Проблемы иностранного инвестирования в Российскую Федерацию [Текст] / Е. Ю. Трифонов // Экономический анализ: теория и практика. – 2010. – № 18. – С. 2-6.
7. Шарина, Г. А. Инвестиционный климат России: современное состояние, проблемы и пути развития [Текст] / Г. А. Шарина, О. Э. Дембилов // Молодой ученый. – 2013. – №11. – С. 503-505.
8. ЮНКТАД опубликовал ежегодный Доклад о мировых инвестициях // ICTSD [Электронный ресурс]. – Электронные текстовые данные. – Россия, 2014. – <http://www.ictsd.org/bridges-news/мосты/news/юнктад-опубликовал-ежегодный-доклад-о-мировых-инвестициях>. – Заглавие с экрана.

РЫНОК ЖИЛОЙ НЕДВИЖИМОСТИ ТОМСКА КАК ОБЪЕКТ ИНВЕСТИРОВАНИЯ

В.П. Шараев

Научный руководитель – Е.Ю. Калмыкова

Общеизвестный факт, что строительство отражает состояние экономики в целом, служит индикатором ее состояния. Наиболее показательным сегментом для мониторинга является жилищная недвижимость, спрос на которую во многом зависит от состояния экономики. В данной статье будут рассмотрены основные особенности рынка жилой недвижимости Томска как объекта инвестирования.

На рынке недвижимости Томска особенно ярко выделяется тот факт, что около 90% регистрируемых сделок являются сделками аренды. Это

обусловлено во многом наличием 6 ВУЗов и приезжающими на время учебы студентами. Для ценной группы характерны сделки аренды на сравнительно небольшой срок, в среднем, от года до двух лет, что намного меньше срока владения недвижимостью до перепродажи. В соответствии с потребностями данного сегмента развивается и предложение на рынке. Можно выделить наиболее популярное время сдачи недвижимости в аренду: с конца апреля по июль и с конца августа по октябрь, когда стоимость аренды увеличивается [1].

Наглядное изображение динамики цен за месяц аренды представлено на рис. 1.

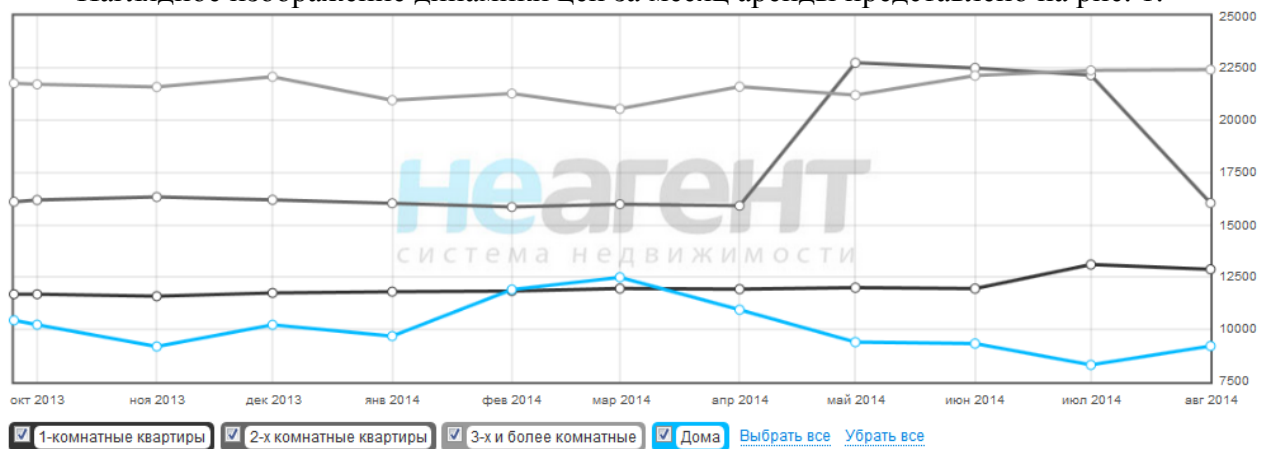


Рис. 1. – Динамика цен на жилую недвижимость Томска с октября 2013 по август 2014 г.

Помимо уже обозначенных факторов на рисунке заметно и ежегодное повышение цен.

Помимо этого, рынок жилой недвижимости в Томске является растущим за счет миграционного прироста населения. Причинами этого является сокращение численности сел и деревень, наличие высших и средне-специальных образовательных

учреждений и рабочих мест. Перемещение населения из сельской местности в городскую можно назвать общероссийской тенденцией, она характерна для многих регионов нашей страны. Для данной группы характерны как сделки по покупке, так и сделки арендного характера. Покупка часто осуществляется за счет ипотечных кредитов. Аренда для данной группы

выступает как альтернатива покупке из-за отсутствия достаточного количества денежных средств или из-за невозможности получить ипотечный кредит.

Третьей большой группой арендующей жилые являются молодые семьи. Зачастую отсутствие достаточного количества средств для покупки квартиры вынуждает арендовать жилую площадь.

В целом же рынок жилой недвижимости Томска можно назвать умеренно растущим. Как объект инвестирования жилая недвижимость не является сверхпривлекательной отраслью, так как большого роста или значительных скачков цен почти не наблюдается. Однако как средство сохранения капитала инвестиции в недвижимость являются одними из самых надежных. Причиной этому является уже отмеченная стабильность рынка и возможность получить почти гарантированный доход от роста цены. Следствием этого является появление предложения сдаваемой в аренду недвижимости, что удовлетворяет имеющийся на рынке спрос.

Описание сложившейся ситуации объясняет причину высоких цен на недвижимость в Томске. Требуемые начальные вложения отпугивают частных инвесторов, что объясняет не слишком высокую их активность.

Для создания возможности инвестировать и получения дохода возможно использование ипотечного кредита. При покупке жилого помещения с помощью ипотеки платежи от сдачи в аренду должны быть примерно равны платежам по кредиту. Доход в данном случае формируется из постепенного освобождения объекта инвестирования от долговой нагрузки и возрастания его рыночной стоимости. Однако риск такой операции намного больше, относительно покупки за счет собственных средств. К тому же получение ипотечного кредита не

всегда возможно, так как требует наличия первого взноса и источников дохода.

Таким образом, можно сделать вывод, что с точки зрения получения дохода жилая недвижимость Томска имеет среднюю привлекательность для частных инвесторов при высокой надежности. Однако по причине больших начальных затрат и относительной насыщенности рынка данный вид инвестирования привлекателен относительно небольшому кругу лиц, предпочитающим долгосрочные вложения.

Литература и источники:

1. НЕАГЕНТ Система недвижимости. [Электронный ресурс]. – URL: <http://neagent.info/> (дата обращения: 20.01.2015).

ЭКОНОМИКА

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОЙ ЭНЕРГЕТИЧЕСКОЙ СФЕРЫ

В.А. Витовцев, О.А. Шек, П.Р. Сакнэ

Научный руководитель – Т.А. Погорелая

Модернизация сферы производства, хранения и передачи энергии относится к важнейшим факторам развития хозяйства любой страны, т. к. обеспечивает необходимые условия жизнедеятельности населения, определяют рост уровня экономического благополучия общества, включая решение проблем, связанных с загрязнением окружающей среды [1]. В постиндустриальной экономике разработка энергетических ресурсов является фундаментом развития сельского хозяйства, транспорта, переработки отходов, развития информационных технологий и телекоммуникаций и других отраслей экономики, развитие которых отражает высокий уровень развития национального хозяйства. Общественные формы использования энергии являются решающими для характера воспроизводства его результатов. Так, стихийный рост потребления энергии в ходе постиндустриальной модернизации производства создал множество глубоких социально-экономических проблем, несвоевременное разрешение которых (таких как проблема глобального потепления) провоцирует неконтролируемый рост угроз для производства и жизнедеятельности человечества в целом. Энергоемкость ВВП страны определяет качество

использования энергоресурсов, структуру промышленного производства, степень развитости национальной энергетической системы.

Поэтому, в условиях перехода к новой модели экономического развития и становления информационной экономики, стратегической задачей любого государства является определение пути наиболее эффективного использования природных энергетических ресурсов с целью существенного повышения объема производимого ВВП и качества жизни населения. Снижение энергоемкости ВВП определяется программами энергосбережения и повышения энергоэффективности. Одним из важнейших инструментов снижения энергоемкости ВВП является снижение потерь энергии на всех технологических этапах, от добычи первичных ресурсов, до переработки, транспортировки и распределения. Наиболее заметных успехов в решении проблем эффективного использования энергетических ресурсов достигли высокоразвитые страны. Благодаря им мировой ВВП растет во многом за счет освоения новых энергосберегающих технологий, рационализации энергопотребления, совершенствования управления и серьезных структурных изменений в экономике.

В любой индустриальной экономике снижение удельных энергетических и материальных затрат общества на свое развитие выступает фундаментом устойчивого экономического развития. Поэтому в России программы развития экономики на период до 2020 г. тесно связаны с выявлением всех возможных направлений повышения эффективности энергопотребления. По оптимистическому сценарию к 2025 г., при удельном потреблении энергоресурсов, равном 10 т у.т., уровень ВВП на душу населения в нашей стране может превысить до 25 тыс. долл., т.е. приблизиться по этому показателю только к сегодняшнему уровню высокоразвитых стран [2].

Отметим, что реализация этой тенденции возможна лишь при условии успешного решения проблемы притока значительных инвестиций, включая инвестиции в сферу НИОКР. Проблема острой нехватки инвестиций стала хронической с началом рыночных реформ в российской экономике, когда начался глубочайший трансформационный спад, отразившийся на всех базовых отраслях экономики и, в первую очередь, на производстве электроэнергии. Однако, с 2000 г. сформировалась и начала укрепляться тенденция к росту национального производства, во многом связанная с развитием ресурсной специализации России в системе международного разделения труда (рис. 1.).

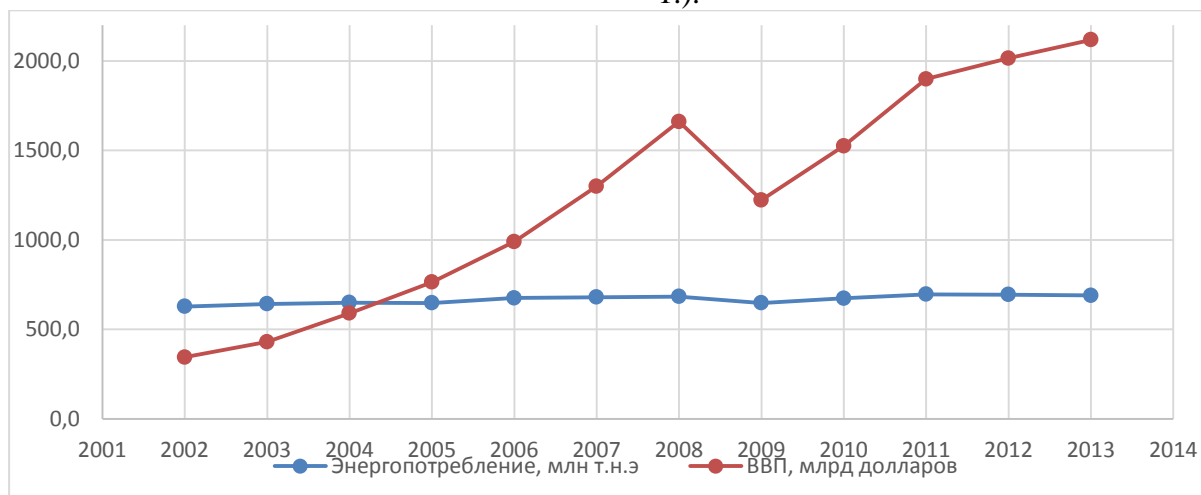


Рис. 1. – Динамика энергопотребления в России в 2002-2014 гг.

Мировой опыт свидетельствует, что тенденция к увеличению национального ВВП без существенного роста энергопотребления или при его снижении точки зрения энергоэффективности, связана, во-первых, с широким внедрением в стране современных технологий энергосбережения, во-вторых, с переходом национального производства на выпуск передовой наукоёмкой продукции с высокой добавленной стоимостью (типа программных

продуктов, производства микросхем или продуктов, требующих внедрения нанотехнологий и прочего). Оба эти фактора (обособленно или одновременно) приводят к существенному росту ВВП, не требуя дополнительных затрат энергии или к более быстрому росту ВВП в сравнении с ростом энергопотребления. Однако, в экономике России до сих пор не сложились условия для широкомасштабной структурной перестройки и она, по-прежнему,

остается ориентированной на добычу и переработку минерального сырья и

топлива [3].

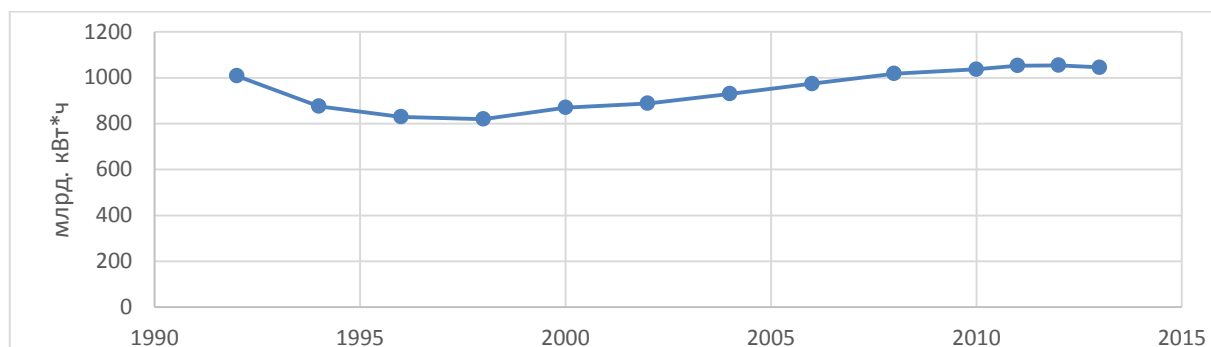


Рис. 2. – Производство электроэнергии в России с 1992 по 2013 гг. [4].

Начавшийся в 2008 г. мировой экономический кризис поставил перед Россией важнейшую задачу, связанную с преодолением существенного отставания в процессе перехода к инновационному типу развития, задачу ускоренного развития национальной энергетической отрасли в 2014–2035 гг.

Для реализации этой стратегической задачи необходима реализация не менее 2,7 трлн долл. капитальных вложений. Такой прогноз содержится в представленном Международным энергетическим агентством (МЭА) докладе WorldEnergyInvestmentOutlook 2014. Основные вложения должны прийтись на нефтегазовую отрасль [5]. Российская электроэнергетическая отрасль на третьем месте по затратам. В ближайшие 20 лет она потребует 614 млрд долл. На угольную отрасль придется 49 млрд долл., еще 212 млрд долл. должно быть затрачено на увеличение энергоэффективности российского ТЭК. Исходя из расчетов МЭА, инвестиции непосредственно в нефтегазовую отрасль России до 2035 г. составят 2,086 трлн, или около 104 млрд долл. ежегодно, что вполне соответствует существующим вложениям. При этом, в 2013 г. крупнейшие российские нефтегазовые компании инвестировали около 90 млрд

долл., а в течение ближайших пяти лет они могут увеличить вложения до 100 млрд долл. в год. В дальнейшем капиталовложения не будут снижаться за счет освоения шельфа. Однако МЭА завесило оценку инвестиций в энергетику - около 30,7 млрд долл. в год. Это вполне реально, т.к. только на такие крупные электроэнергетические компании как «Россети» и «РусГидро» в 2013 г. пришлось около 8,5 млрд долл. инвестиций [2].

В целом объем инвестиций в мировую энергетическую отрасль, включая затраты на повышение энергоэффективности, до 2035 г. аналитиками МЭА оценивается в 48,1 трлн долл. Из них 7,34 трлн долл. по прогнозам придется на США, 7,33 трлн долл. на Китай, а 5,38 трлн долл. на страны ЕС [6]. Более половины общего объема планируемых инвестиций должно будет направлено на восполнение снижения производства на нынешних нефтяных и газовых месторождениях, поиск новых источников поставок, строительство нефтеперерабатывающих мощностей и трубопроводов. На этом фоне увеличится зависимость мирового энергетического рынка от стран, которые пока еще серьезно ограничивают доступ иностранных компаний к своим энергоресурсам.

Ожидается, что главным инвестиционным вызовом для всей отрасли станет снижение производства и прекращение добычи.

Особенностью российского энергетического бизнеса, по мнению зарубежных аналитиков, является низкая инновационная активность. Недостаточно внимания уделяется не только обновлению оборудования, совершенствованию и технологическому развитию генерирующих мощностей, но даже сохранению имеющегося потенциала. Не менее потребительским и недальновидным остается отношение к кадрам. Кризис российской электроэнергетики является не только технологическим, но и всеобщим. Для его преодоления недостаточно замены устарелого и изношенного оборудования, энергетика нуждается в качественном обновлении [5]. Это осознается на уровне российского правительства, в стратегии которого все большее внимание уделяется созданию благоприятного инвестиционного климата в данном сегменте. С 2006 г. частные компании инвестировали в отрасль свыше 1150 млрд руб. За счет привлечения в электроэнергетику частных инвесторов в 2009-2011 гг. удавалось увеличивать объем капиталовложений, хотя и меньше запланированных темпов. Финансирование инвестиционных программ государственными энергокомпаниями и частными ОГК/ТГК в 2011 г. составило 896 млрд рублей, т.е. 87 % от плана

финансирования инвестиционных программ на 2011 г. А по итогам уже 2012 г. объем инвестиций в электроэнергетику России оказался ниже запланированных. Изначально запланированный объем инвестиционных программ на 2012 г. составлял 1036,6 млрд руб., но в дальнейшем запланированный объем инвестиционных программ сократился до 973,3 млрд руб. А фактическое финансирование по итогам 2012 г. оказалось на 11% ниже запланированного объема в 973,3 млрд руб., что оказалось ниже первоначально запланированного объема финансирования на 16,5%. До конца 2015 г. объем инвестиций должен по прогнозам сохраниться на высоком достигнутом уровне – ежегодно около 1 трлн. рублей [3].

Однако, фактическое финансирование инвестиционных программ государственными и частными энергокомпаниями по итогам 2012 г., составило 865,6 млрд. руб., что ниже аналогичного показателя за 2011 г. на 3,3%.

Новые владельцы энергетических активов взяли на себя обязательства по реализации инвестиционных программ, причем в контракты заложен механизм наказания за невыполнение планов. Суммарная штрафуемая мощность по ДПМ за 2012 г. составила 14 037,25 МВт, на общую сумму 2 783,39 млн. руб. Из-за высоких штрафов некоторые компании впервые с реорганизации РАО ЕЭС получили убыток по результатам деятельности в 2012 г. [7].



Рис. 4. – Динамика объема инвестиций в электроэнергетику с 2000 по 2014 гг.

Таким образом, первоочередной задачей, решение которой необходимо для стимулирования привлечения средств внешних инвесторов в российскую электроэнергетику, является разработка механизма инвестирования, позволяющего согласовать противоречивые интересы инвесторов (скорейший и гарантированный возврат средств) и государства (выполнение социальных обязательств и создание условий для роста экономики).

Литература и источники:

1. Адамов Е.О. Энергетика России. Стратегия развития / Научное обоснование энергетической политики // Под ред. В. В. Бушуева – М.: ГУ ИЭС Минэнерго России, 2003. – 800 с. (184 табл., 76 рис.).
2. Лаверов, Н.Л. Топливо-энергетические ресурсы / Вестник Российской академии наук, том 76 №5, 2006.
3. К вопросу оценки энергетической эффективности экономики России [Электронный ресурс] - URL: <http://burneft.ru/archive/issues/2013-12/3>
4. Электроэнергетика России [Электронный ресурс] - URL: <http://bourabai.kz/toe/rusenergy.htm>
5. Василий Колташов – статья «Энергетическая революция: проблемы и перспективы мировой энергетики».

URL:

http://www.igso.ru/articles.php?article_id=400

6. Павлов, В., Дзядко Т. России требуется около 3 трлн долларов инвестиций в энергетическую отрасль [Электронный ресурс] - URL: <http://rbcdaily.ru/world/562949991651137>

7. По итогам 2012 года объем инвестиций в электроэнергетику на 16,5% ниже изначально запланированного [Электронный ресурс] - URL: <http://www.aup.ru/news/2013/09/06/6716.html>

8. Причины низкой инвестиционной активности в России [Электронный ресурс] - URL: <http://www.economic-s.ru/index.php/theory/economica-nedvizimosti/prichinyi-nizkoy-investitsionnoy-aktiv/>

9. Сорокин, А.Н. Специфика предприятий энергетической отрасли как объекта инвестиций [Электронный ресурс] - URL: <http://www.creativeconomy.ru/articles/14177/>

ТЕРРИТОРИИ ОПЕРЕЖАЮЩЕГО РАЗВИТИЯ: НОВЫЙ ИНСТРУМЕНТ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНВЕСТИЦИЙ

А.В. Дирксен

Научный руководитель – Ж.А. Ермушко

В начале ноября профильный комитет Госдумы единогласно поддержал принятие проекта федерального закона N 623874-6 «О территориях опережающего социально-экономического развития в Российской Федерации» [1].

Проект ФЗ «О территориях опережающего социально-экономического развития в Российской Федерации» определяет правовой режим территорий опережающего развития и меры их господдержки.

В течение первых трех лет указанный законопроект будет применяться на территориях субъектов Российской Федерации, входящих в состав Дальневосточного федерального округа, а по истечении трех лет — на территориях остальных субъектов Российской Федерации [2].

На создание территорий опережающего развития на Дальнем Востоке из федерального бюджета планируется направить 42 млрд. рублей. В финансово-экономическом обосновании особо отмечено, что это не приведет к снижению налогооблагаемой базы субъектов Федерации, входящих в состав Дальневосточного федерального округа, и снижению их собственных доходов, так как его нормы будут действовать только в отношении новых предприятий.

В то же время реализация инвестиционных проектов на указанных территориях, создание развитой инженерной, социальной и сервисной инфраструктуры, по оценке Правительства, позволит до 2025 года

привлечь в различные уровни бюджетной системы более 500 млрд. рублей [3].

У России уже есть собственный не очень позитивный опыт аналогичных ТОРам проектов свободных экономических зон, особых экономических зон, которые в большинстве своем оказались неэффективными из-за коррумпированности и некоторых ошибок, но всё равно продолжают существовать и создаваться как один из вариантов развития регионов. Несмотря на наличие собственного опыта, большая часть ошибок СЭЗ и ОЭЗ не учтены в новом проекте ТОР.

Ошибки СЭЗ и ОЭЗ:

1. Фактический акцент на иностранных инвестициях вместо внутренних;

2. Бюджетные средства не могли обеспечить достаточную поддержку (не известно будет так же в ТОР);

3. Создавались по директиве из центра;

4. Незаработанность нормативно-правовой базы на момент создания и функционирования;

5. Нет ясной стратегии развития и цели;

6. Не создается во взаимосвязи с остальными регионами страны;

7. Нет связи с российскими учебными заведениями;

8. Стихийность создания;

9. Не учитывается местная специфика.

В случае ТОРов предусмотрено, по сути, государственное

финансирование строительства и обслуживания всей инфраструктуры. Но здесь возникают вопросы: а достаточно ли средств в бюджетах для строительства инфраструктуры и взятия на себя расходов по ТОРам? Если федеральные, региональные и местные бюджеты до проекта ТОР не смогли обеспечить Дальний Восток инфраструктурой, то откуда появятся средства сейчас? Логично предположить, что либо снова финансирование и поддержка таких территорий не будет производиться в необходимом объеме, либо средства на финансирование этого проекта будут изъяты от других проектов.

Ещё одной ошибкой является отсутствие связи с учебными заведениями, что приведет к дефициту российских специалистов, на подготовку которых требуется время, и усилению необходимости привлечения иностранной рабочей силы. Местная специфика – имеется в виду и уровень жизни местного населения, и доходы, и условия жизни, и демографическая ситуация, и региональные особенности – также не учтены. Проект внедряется стихийно, без соответствующей подготовки региона и явно с ожиданием мгновенного результата. Вместо разработки плана по строительству инфраструктуры для связанности с остальной частью России, что подразумевает включение в работу и других регионов, предлагается строительство инфраструктуры конкретно под проект. Есть три самых главных ошибки как СЭЗ, ОЭЗ, так и ТОР:

1. Отсутствие ориентации на создание и включение в национальные хозяйственные взаимосвязи для обеспечения экономического единства страны.

2. Попытка развить что-то «здесь и сейчас» на неподготовленной почве.

3. Разрушительный для России принцип функционирования проекта.

На сегодняшний день существует только «две хорошие» (из семнадцати) ОЭЗ – в Липецке и в Алабуге, поэтому при разработке проекта новых зон хозяйствования на Дальнем Востоке было принято решение отказаться от ОЭЗ как от негативного бренда. Особым отличием ТОР от ОЭЗ называют «подстраивание» под интересы конкретного инвестора. Самым главным отличием ТОР станет возможность создать свои органы администрирования, включая полицию и таможенную службу. Дерегулирование и налоговое стимулирование – две основные идеи закона о ТОРах.

Налоговое стимулирование дает право субъектам РФ для таких организаций устанавливать [4]:

- Налоговая ставка по налогу, подлежащему зачислению в федеральный бюджет, устанавливается в размере 0% и применяется в течение пяти налоговых периодов. Размер ставки налога, подлежащего зачислению в бюджеты субъектов РФ, не может быть выше 5% в течение пяти налоговых периодов и не может быть менее 10% в течение следующих пяти налоговых периодов.

- Налог на добычу полезных ископаемых. Льгота дает понижающий коэффициент в части извлечения полезных ископаемых. Этот коэффициент может варьироваться от 0 до 1 и действовать 10 налоговых периодов.

- Налог на добавленную стоимость. Вводится такой механизм поручительства. Если организация - плательщик резидент подает на возмещение по налогу на добавленную стоимость, при этом принимается поручительство управляющей компании, тогда налоговая служба

возмещает соответствующие средства из федерального бюджета.

Вот три налоговых преференций для организаций резидентов, которые будут работать на территориях опережающего развития. Еще также предусмотрены страховые взносы в размере 7,6% в первые три года для инвесторов.

Будут использоваться три приоритетных показателя, которыми планируется измерять эффективность работы территорий опережающего развития: объем привлеченных инвестиций по отношению к затраченным бюджетным инвестициям, количество высокопроизводительных хорошо оплачиваемых рабочих мест, рост валового регионального продукта.

В результате поиска территорий был составлен перечень из 14 ТОСЭР, имеющих наибольший потенциал для развития и соответствующих критериям [2]:

«Базальт-новые технологии», Республика Саха (Якутия);
«Северный мир», Республика Саха (Якутия);
«Камчатка», Камчатский край, г. Петропавловск-Камчатский;
«Ракитное», Хабаровский край, Хабаровский район, село Ракитное;
«Ванино–Советско-Гаванский», Хабаровский район, Ванинский и Советско-Гаванский районы;
«Комсомольск», Хабаровский край, г. Комсомольск-на-Амуре;
«Надеждинский», Приморский край, Надеждинский район, п. Новый;
«Зарубино», Приморский край, Хасанский район, пгт Зарубино;
«Остров Русский», Приморский край, г. Владивосток, остров Русский;
«Михайловский», Приморский край, Михайловский район, с. Михайловка;

«ВНХК», Приморский край, Партизанский муниципальный район, падь Елизарова;

«Белогорск», Амурская область, г. Белогорск;

«Екатеринославка», Амурская область, Октябрьский район, с. Екатеринославка;

«Смидовичский», Еврейская автономная область, Смидовичский район, с. Волочаевка-1, с. Даниловка.

Первой на Дальнем Востоке территорией опережающего развития (ТОР) станет проект промышленного парка в Надеждинском районе Приморья.

Идея ТОРов и ОЭЗ взята из иностранного опыта, в том числе некоторых стран АТР (Китай, Япония, Сингапур), приводимых в пример как будущих конкурентов [5]. Но в странах АТР несколько иные условия, доступ и наличие ресурсов, культурные и ценностные ориентиры – которые правительства этих стран стараются учесть, в отличие от простого внедрения чужеродных проектов в России. В очередной раз переносить без соответствующей адаптации опыт зарубежных стран на Россию – стратегическая ошибка.

Важным моментом является идея, положенная в основу функционирования ТОРов – масштабное дерегулирование, то есть отказ от системы государственного регулирования экономики, уменьшение числа проверяющих инстанций, упрощение вхождения на рынок.

Лишне говорить, что это глубокая даже теоретическая ошибка. Ориентация на саморегуляцию свободного рынка в России показала беспомощность этой модели.

Производства, которые планируется разместить на территориях опережающего развития, будут ориентированы на экспорт. Получается,

что товары из ТОРов производятся для внешних рынков, других стран и их граждан. Что увеличивает зависимость страны от экспорта и сокращает возможности пользования территориями в целях самообеспечения.

Но экспортная ориентация обусловлена тем, что льготные условия производства резидентов сократят себестоимость товаров, норма прибыли предприятий будет выше – следовательно, некоторые, в том числе градообразующие, предприятия не смогут конкурировать с аналогами в ТОРах. Хотя нет никаких ограничений и для сбыта продукции на внутреннем рынке.

Территории опережающего развития будут содержать федеральный, региональный и местный бюджеты. По факту, ТОР, являясь выражением интересов иностранных инвесторов и крупных компаний, будет на содержании у всех тех, кто не является резидентом.

Недостатки ТОРов:

1. Усиление разрыва в развитии регионов, усугубляющейся поддержкой ТОРов из государственных бюджетов.

2. Ухудшение положения и социальной защищенности российских граждан.

3. Инфраструктура, ориентированная на внешний, а не внутренний, рынок.

4. Замещение местного населения с российской идентичностью – населением других стран, как следствие возникновения этнических конфликтов и потеря территории.

5. Ухудшение экологической обстановки вследствие льгот производителям из интересов инвесторов, а не населения и страны.

6. Возникновение новых олигархов, разрыв между населением разного социального положения.

7. Уход от социального государства к государству-корпорации.

8. Возникновение социального напряжения, усиление центробежных тенденций в регионах, дестабилизация обстановки, раздробленность.

9. Сильная зависимость от внешних игроков, возможность использовать ТОРы как инструмент воздействия на внутренние дела страны.

Литература и источники:

1. Проекта федерального закона N 623874-6 «О территориях опережающего социально-экономического развития в Российской Федерации»

2. Забавина Ю. На Дальнем Востоке создадут территории опережающего развития [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

<http://top.rbc.ru/economics/02/07/2014/934192.shtml>– Дата обращения: 04.01.2015.

3. Бухарова О. Льготы в чистом поле [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

<http://www.rg.ru/2014/04/22/vostok.html> – Дата обращения: 04.01.2015.

4. Закон о налоговых льготах для резидентов ТОР одобрен сенаторами [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://vmestertv/news/83013.do> – Дата обращения:

08.01.2015.

5. Интервью Заместителя Председателя Правительства РФ – полномочного представителя Президента РФ в Дальневосточном федеральном округе Юрия Трутнева телеканалу «Россия-24». [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

http://www.dfo.gov.ru/req_news_print.php?id=3848 – Дата обращения: 08.01.2015.

ВНЕДРЕНИЕ НА ПРЕДПРИЯТИЯ СИСТЕМЫ SAP

О.А. Еникеева

Научный руководитель – Т.Б. Якимова

В наши дни, наличие в современной компании информационной системы, позволяющей сделать внутренние бизнес-процессы оптимальными, снизить издержки и себестоимость продукции, и повысить привлекательность предприятия для инвесторов, является значимой составляющей успеха в конкурентной борьбе и важным условием привлечения инвестиций.

Одним из наиболее перспективных направлений повышения эффективности деятельности предприятий и его конкурентоспособности на западе рассматривается внедрение ERP-систем.

ERP-системы – это системы управления всеми ресурсами предприятия (от английского Enterprise Resource Planning – планирование ресурсов предприятия). Данные системы позволяют поддерживать весь цикл управления: планирование – учет – контроль – регулирование, – практически для всех основных функций деятельности.

Системы класса ERP позволяют быстро и с высокой точностью консолидировать информацию для принятия решений высшим управленческим персоналом. Отсутствие в компании подобной системы со временем приводит к утере конкурентоспособности или управляемости, причем, чем больше размер компании, тем быстрее это происходит.

Но являются ли ERP-системы таким же необходимым условием

выживаемости и российских предприятий?

Предприятия, которые, входят в транснациональные корпорации, государственные корпорации или крупные монополисты, как правило имеют ERP-системы. Причем тип системы, ее функциональный состав и количество рабочих мест как правило определяются корпоративными стандартами.

Решения о необходимости внедрения ERP-систем, выбор типа системы на средних и мелких предприятиях принимаются руководством предприятия самостоятельно или с привлечением консультационных компаний с учетом необходимости и экономической целесообразности внедрения, внешних и внутренних условий.

На российском рынке ERP-систем присутствует множество поставщиков: как иностранных, так и отечественных [1].

По оценкам экспертов, львиную долю отечественного рынка (47,8%) занимает немецкий SAP AG, следом за ним идет продукт отечественных разработчиков «1С:Предприятие 8.0. Управление производственным предприятием» (31,6 %), замыкает тройку лидеров компания Oracle, занимающая 7,5% российского рынка ERP-систем. Microsoft Business Solution с долей около 6,9% находится на четвертом месте. Нужно, отметить, что российская продукт 1С отгеснил Microsoft Business Solution со второй позиции в 2013-2014 г.г., но, тем не менее, отечественные решения являются в первую очередь учетными

системами, регистрирующими осуществленные операции, возможности планирования в них представлены слабо. Существенным плюсом российских разработок является относительно невысокая

стоимость.

Столь значительный отрыв SAP можно отчасти объяснить тем, что немецкий концерн первым вышел на российский рынок, открыв свое представительство еще в 1992 году.



Рис. 1 - Доли поставщиков информационных систем управления предприятием на российском рынке, %

Система SAP нацелена на создание систем, работающих в масштабе всего предприятия, и интеграцию всех бизнес-процессов компании. Она представляет собой одно из лучших комплексных ERP-решений, обладающих функциональностью, гибкостью и масштабируемостью. Система SAP охватывает все участки финансового и управленческого учета, управлении персоналом, оперативной деятельности и сервисных служб компании.

В настоящее время, всё большее число российских предприятий приходят к тому, что им так же необходимо программное обеспечение, позволяющее им контролировать все внутренние процессы, происходящие на предприятии, и таким образом, они приходят к решению внедрить на свое предприятие систему SAP.

Основной целью внедрения является организация эффективного

управления компанией в рамках единой корпоративной информационной системы. Основными задачами внедрения являются оптимизация затрат, обеспечение прозрачности процессов планирования, повышение эффективности выполнения бизнес-процессов за счет оперативного предоставления достоверной информации для своевременного принятия управленческих решений.

Система SAP обеспечивает полную функциональность для комплексного управления всей административной и операционной деятельностью компании, объединяя в единую цепочку финансовый учет, процессы сбыта, производства, управления материальными потоками, планирования, взаимодействия с партнерами и поставщиками.

Также система SAP предоставляет инструменты для стратегического управления и анализа результатов

деятельности компании.

Основными преимуществами SAP являются следующие факторы:

- Охватывает все ключевые направления деятельности компании, поэтому может заменить большинство используемых в настоящее время систем;

- Содержит опыт лучших компаний в соответствующей отрасли, выраженный в готовых процессах и документации;

- Снижается объем работы, потому что не нужно вводить многократно одну и ту же информацию;

- Существенно усиливается контроль на предприятии;

- Появляется возможность более качественного анализа данных, что особенно важно для принятия решений в условиях динамично меняющейся среды и роста бизнеса.

В 2014 году Panorama Consulting обнародовала данные очередного сравнения ERP-проектов, реализованных на ключевых платформах - SAP, Oracle и Microsoft.

Согласно данным на Рисунке 2, о внедрениях с мая 2012 по сентябрь 2013 года, крупнейшую долю на мировом рынке ERP-систем продолжала удерживать компания SAP, занимая 26%, на втором месте - Oracle (17%), затем группа вендоров уровня Tier II (14%), Microsoft Dynamics (11%) и группа вендоров Tier III и прочих. [7]

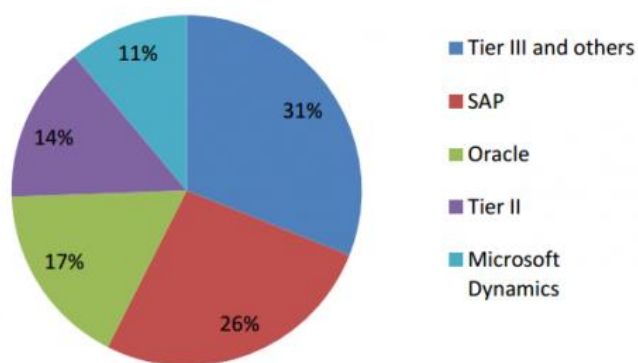
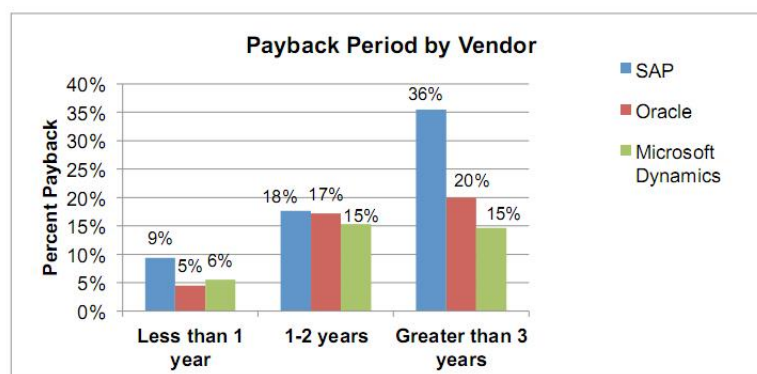


Рис. 2 – Доли вендоров на мировом рынке ERP - систем 2012-2013

Средний срок получения возврата инвестиций по окончании ERP-проектов для компаний составляет 2,4 года. Следует отметить, что треть респондентов признали, что до сих пор не окупили свои внедрения, а еще треть компании затратили на достижение окупаемости три года и более. Интересно также, что большинство

SAP-проектов окупаются не ранее чем через три года (36%), тем не менее, проекты SAP также быстрее всех окупаются в течение первого года внедрения (9%). Окупаемость систем Oracle и Microsoft при этом примерно сопоставима на протяжении всего срока.



NB: Numbers do not always add up to 100-percent because not every respondent answered every question.

Рис. 3 –Срок возврата инвестиций от внедрения ERP-систем

Среди наиболее распространенных выгод от ERP внедрений участники назвали повышение доступности информации (60%), улучшение взаимодействия (13%), снижение трудовых затрат и времени операций на

7% соответственно. Интересно, что результата в пределах 80-100% ожидаемых результатов наиболее часто достигают владельцы систем Microsoft и SAP. [7]

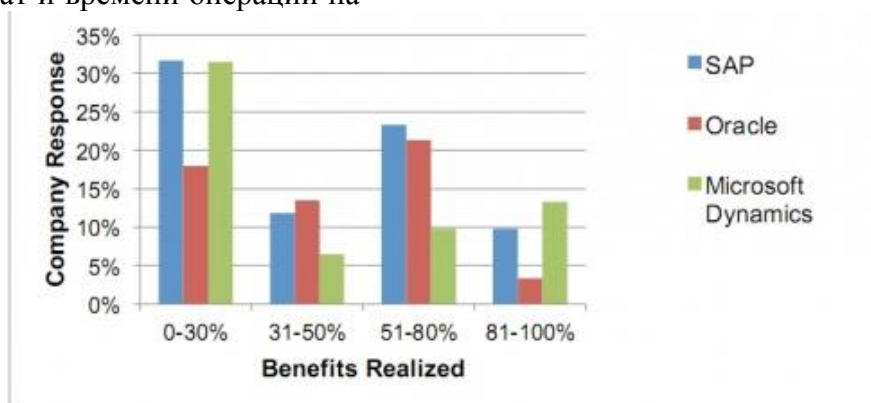


Рис. 4 – Выгоды от внедрения ERP-систем различных вендоров

Из 27 тысяч клиентов SAP подавляющее большинство составляют средние и крупные предприятия. Продукты SAP используют около 12 млн. пользователей, работающих на существующих 91500 установленных копиях. [8]

На сегодняшний день клиентами SAP в России являются крупные корпорации «Газпром», «Росатом», Сбербанк, «Аэрофлот», «Роснефть», «Северсталь», «Татнефть», ТК «Мегаполис». Появились и новые клиенты, например, в госсекторе, где оборот SAP вырос за год на 250%, и среди банков (+370%)». Самым

крупным проектом на базе SAP ERP за последние два года стало внедрение в Башнефть-Добыча.

К тому же, реализация по SAP заметно выросла и в сегменте малых и средних компаний – на 69,8%, обеспечив 11% оборота в России. Для увеличения присутствия на рынке, SAP реализовала целый ряд маркетинговых инициатив: ввела более гибкую модель лицензирования, фиксированные цены на продукты и их внедрение, начала бесплатно предлагать потенциальным клиентам расчет экономической эффективности от внедрения своего ПО,

активнее продвигать бизнес-аналитику. [9]

По результатам проведенного аналитического обзора динамики ERP-систем на Российском и мировом рынке можно сделать вывод о наибольшем предпочтении большинством мировых и Российских компаний программных продуктов SAP, которые на настоящий момент являются мировым лидером в ERP-системах в России и в мире.

Исходя из результатов сравнительного анализа результатов внедрения различных ERP-системах в России и в мире можно рекомендовать руководству крупных и средних предприятий, если принято решение о создании или внедрении автоматизированной системы управления предприятием, обратить внимание на программные продукты SAP, которые внедрены и успешно функционируют на многих предприятиях мира и России.

В связи с политикой импортозамещения, можно предположить, что государственные компании будут внедрять программные продукты отечественных производителей, но у частного бизнеса пока выбор есть.

Главная цель каждого бизнеса – это его расширение, и программное обеспечение SAP обеспечивает возможность стратегического планирования и оперативного реагирования на изменения конъюнктуры рынка, что обеспечивает его гибкость и конкурентноспособность.

Литература и источники:

1. Грамматчиков А. «Российские ERP наступают», Журнал «Эксперт» №37 (867) от 16.09.2013
2. Кочнев А. Системы стратегического управления бизнеса: сегодня и завтра // [Электронный ресурс] URL:

http://www.iteam.ru/publications/it/section_92/article_3005/ (Дата обращения: 23.12.2014)

3. Баронов В.В., Попов Ю.И., Титовский И.Н., Яковенко О.В. Стратегия внедрения ИТ на российских предприятиях.

4. Цуканов И., Кодачигов В. Оборот SAP в России вырос на 53% // Ведомости №27(2793) от 16.02.2011

5. Сerezин Л.П. Современная инфраструктура эффективной эксплуатации САР на промышленных предприятиях // ИСУП. – № 2(32), 2011.

6. Ревякина О. Открытые системы // [Computerworld Россия. – № 26, 2012.](#)

7. Panorama Consulting, [Электронный ресурс] URL: <http://panorama-consulting.com/>, (Дата обращения: 22.12.2014)

8. [Электронный ресурс] URL: http://www.tadviser.ru/index.php/%D0%9A%D0%BE%D0%BC%D0%BF%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D1%8F:SAP_SE, (Дата обращения: 22.12.2014)

9. [Электронный ресурс] URL: <http://www.microtest.ru/biznes-prilozheniya/sap/>, (Дата обращения: 22.12.2014)

АНАЛИЗ ГОСУДАРСТВЕННЫХ РАСХОДОВ

В.С. Игумнова

Научный руководитель – Т.Р. Рахимов

На сегодняшний день главным элементом в финансовых системах каждого государства является бюджет. Бюджетом является денежный фонд, который используется для оказания влияния на процессы, протекающие в самом государстве.

Факторы, влияющие на структуру и величину расходов федерального бюджета, очень разнообразны. К их числу можно отнести внутреннюю и внешнюю политику государства, уровень благосостояния населения, уровень экономики, а так же само устройство государства.

Актуальность данной темы обусловлена тем, что на сегодняшний день расходы государства являются главным компонентом в государственной финансовой системе, а, следовательно, занимает важную позицию в некоторых сферах деятельности государства, к которым можно отнести как политическую, так и экономическую сферу жизни.

Целью данной исследовательской работы является исследование структуры и выявление динамики изменения государственных расходов.

В соответствии с целью можно выявить следующие задачи:

- ✓ дать определение и рассмотреть сущность государственных расходов;
- ✓ рассмотреть виды и классификацию государственных расходов;
- ✓ выявить динамику государственных расходов;
- ✓ провести анализ динамики расходов государства.

Расходы государства можно представить как затраты, которые возникают в процессе жизнедеятельности государства, а именно исполнение функций и задач. Данный вид затрат под собой подразумевает наличие экономических отношений, с помощью которых осуществляется использование денежных средств из централизованного фонда по различным направлениям.

Экономическая сущность расходов государства выражается в наличие большого количества различных видов расходов бюджета. Каждый из данных видов расходов имеет как качественную характеристику, которая отражает экономическую сторону данного явления, так и количественную характеристику, которая в свою очередь отражает величину данного вида расхода.

На существование различных видов расходов бюджета влияет ряд факторов:

- ✓ уровень развития страны;
- ✓ природа и функции государства;
- ✓ расположение государства;
- ✓ разветвленность связи бюджета и народного хозяйства и т.д.

Взаимодействие данных факторов вызывает появление системы расходов государства на определенном шаге развития самого государства.

Классификация расходов бюджета как правило необходима для выявления их роли, а так же значения. Рассмотрим более подробно один из вариантов

классификации в соответствии с Федерацией
Бюджетным кодексом Российской

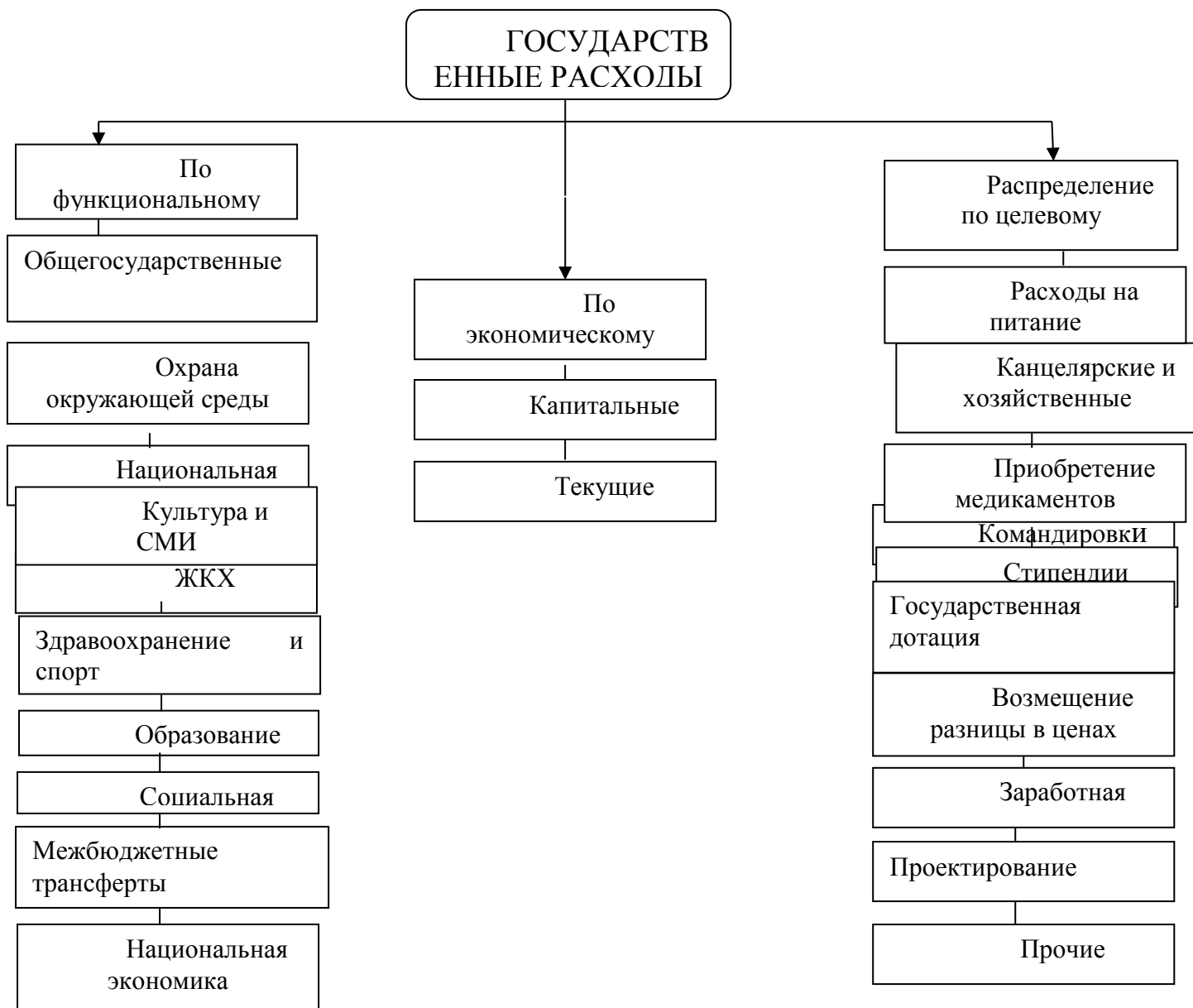


Рис.1. – Структура государственных расходов

Рассмотрим динамику государственных расходов на основе данных, приведенных Федеральным казначейством (табл. 1).

Таблица 1. – Динамика государственных расходов 2012-2013 гг.[4]

Наименование статьи расходов	Фактическое исполнение по состоянию на 01.01.2014		Фактическое исполнение по состоянию на 01.01.2013	
	млрд. руб	% к ВВП	млрд. руб	% к ВВП

По всем разделам и подразделам	13 342,9	20,0	12 890,8	20,7
Социальная политика	3 833,1	5,7	3 859,8	6,2
Национальная оборона	2 103,6	3,2	1 968,5	3,2
Национальная безопасность и правоохранительная деятельность	2 061,6	3,1	1 843,0	3,0
Национальная экономика	1 849,3	2,8	1 812,3	2,9
Общегосударственные вопросы	850,7	1,3	806,0	1,3
Прочие расходы	2 644,6	4,0	2 601,2	4,2

Для более наглядного представления о структуре и динамике государственных расходов в период

2012-2013 гг. рассмотрим диаграммы, составленные на основе табл. 1.

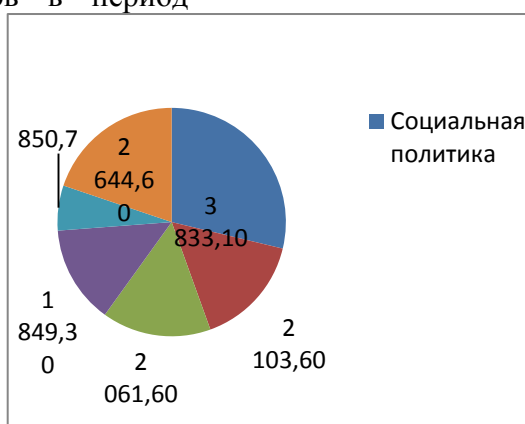


Рис. 2. – Фактическое исполнение по состоянию на 01.01.2014

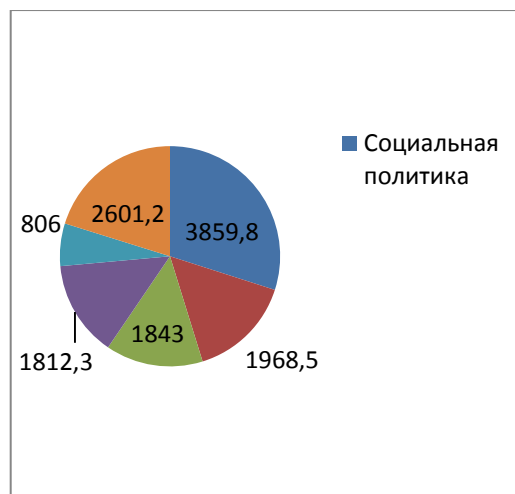


Рис. 3. – Фактическое исполнение по состоянию на 01.01.2013

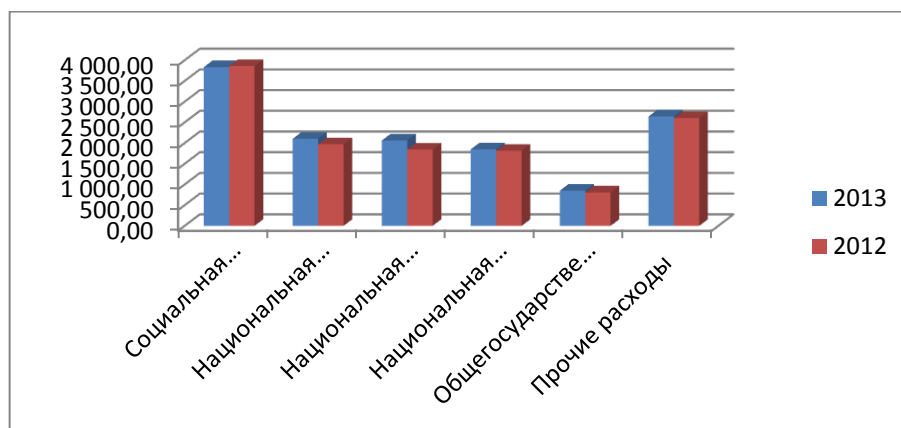


Рис. 4. – Динамика государственных расходов 2012-2013 гг.

На основе всех приведенных данных можно сделать следующие выводы:

1. Общая сумма по всем разделам и подразделам увеличилась в 2013 году по сравнению с 2012 годом на 452,10 млрд. руб, следовательно, за год государственные расходы увеличились на 3,5%

2. По статьям расходов можно заметить не существенные изменения, а именно:

- Только одна статья расходов, а именно социальная политика, уменьшилась на 0,6%. Данная динамика, по словам Медведева Д.А. сохранится до 2017 года.

- Расходы на национальную оборону выросли на 6,9%, что связано с увеличением расходов в рамках гособоронзаказа.

- Расходы на национальную безопасность и правоохранительную деятельность выросли на 11,9%, что в большей степени повлияло на увеличения расходов бюджета в целом, а так же положительно сказывается на развитии страны.

Хотелось бы отметить, что данным изменениям невозможно дать конкретную оценку. Это связано с тем, что данное положение расходов можно рассматривать с нескольких точек зрения. С одной стороны можно сказать,

что увеличение расходов идет на благо общества, так как происходит изменение статей, связанных с общественно важными вопросами. С другой стороны, рост расходов влечет за собой рост доходов, что влияет на увеличение налогов населения.

Однако, в целом, данной ситуации можно дать положительную оценку, т.к. данные изменения положительно влияют на функционирование государства и общества в частности.

В заключении хотелось бы отметить, что государственные расходы являются одним из рычагов управления экономикой страны, а следовательно, изменяя структуру и величину расходов правительство получает возможность управлять положением государства в целом, а так же уделять наибольшее внимание тем отраслям, которые в связи с обстоятельствами в политической или экономической сфере имеют наибольшую потребность.

Так же хотелось бы отметить, следующее:

1. В целом величина расходов за рассмотренный период изменилась не значительно.

2. Значительно возросли расходы по статьям национальная оборона и национальная безопасность и правоохранительная деятельность, что связано с возникшей в 2014 году обстановкой в Украине.

3. Расходы по статье социальная политика снизились. Данное изменение связано с тем, что расходы по ряду статей увеличились, следовательно, для того что бы в целом изменения по расходам не были значительны, произошло уменьшение финансирования в менее важных отраслях на текущий период.

Литература и источники:

1. Бабич А.М., Павлова Л.Н. Финансы. - М.: ИД ФБК-ПРЕСС, 2010

2. Бюджетный кодекс Российской Федерации [Электронный ресурс]: URL:

<http://www.consultant.ru/popular/budget/>

3. Государственный комитет статистики РФ [Электронный ресурс]: URL: www.gks.ru

4. Министерство финансов [Электронный ресурс]: URL: www.minfin.ru

5. Экономическая экспертная группа [Электронный ресурс]: URL: www.eeg.ru

ПРОБЛЕМЫ ИПОТЕЧНОГО КРЕДИТОВАНИЯ В РОССИИ

З.Е.Кислицын

С переходом на рыночную экономику в нашу страну пришло такое понятие как ипотека, или кредит на приобретение жилья. Однако кредит на покупку жилья существовал в истории нашей страны еще с начала 20 века и был весьма эффективен и пользовался спросом у населения, но со временем развития советской власти, данный вид кредитования сошел на нет из за отсутствия необходимости в нем. В настоящий же момент, такой вид кредитования призван решать жилищные проблемы населения. Однако на сегодняшний день сложно сказать об эффективности данного вида кредитования. Проблема с жильем - это достаточно острая проблема, так как приобретение жилья остается проблемой для ряда граждан в нашей стране. Многие Россияне не могут позволить себе покупку собственной квартиры, дома даже с помощью кредита. Согласно статистике, лишь 10% населения Российской Федерации сегодня имеют в собственном владении жилплощадь, превышающую 18 квадратных метров на одного человека. И только 1% населения нашей страны ежегодно способны себе позволить покупку недвижимости на личные накопленные денежные средства. Из этих цифр можно сделать вывод о том, что в настоящий момент доступность жилья - это большой вопрос.

Ипотечный кредит – целевой долгосрочный кредит на покупку жилья, которое становится залоговым обеспечением по этой ссуде. На рынке банковских услуг данный вид кредитования представлен очень широко. Но для немалой части населения механизм этой услуги является сложным для понимания, но

все же, она пользуется спросом у населения. В условиях современной нестабильной экономики совершенно естественно возникновение различного рода проблем в этой сфере, решить которые еще только предстоит.

Основной проблемой ипотечного кредитования являются высокие процентные ставки. За последние несколько лет средняя процентная ставка снизилась с 15-16% до 12,5-13% но, несмотря на данное изменение, эти ставки продолжают являться высокими для большинства граждан. Чаще всего это обусловлено низкими доходами населения [1].

Также существуют проблемы ипотечного кредитования связанные с инфляцией. За последние несколько лет уровень инфляции в России снизился. Но стабильной экономической систему нашей страны назвать сложно, и для этого нужно сделать не мало. У банков и кредитно-финансовых организаций из-за уровня инфляции возникают две взаимосвязанные проблемы:

- Из-за нестабильной экономики граждане России боятся хранить деньги в банке на депозитах.

- Это приводит к снижению уровня услуг по кредитованию, в том числе и по ипотечному [2].

В итоге получается, что ипотека – это банковская услуга, предназначенная не для широких слоев населения, а только для отдельных категорий граждан, обладающих стабильной работой и приличным достатком. Но процент таких граждан ничтожно мал, таких людей, среди нуждающихся в жилье составляет менее 1%.

Есть ряд проблем, которые возникают в силу не стабильной экономической ситуации нашей страны.

Ипотечный кредит отличается своей долгосрочностью, срок выплат определяется не месяцами, а десятилетиями, средний срок выплат составляет 10-20 лет [3]. В условиях современной экономической ситуации, когда сложно предсказать, как изменится курс доллара очень рискованно брать кредиты на такое количество лет. Доходы граждан в такой ситуации не стабильны, и никто не сможет гарантировать свою платежеспособность по кредиту, предположим, через пять лет, не говоря уже о 10 и 20 годах. Именно поэтому ипотечный кредит неразрывно связан с высоким риском, как для банка, так и для заемщика. Чтобы обезопасить себя банки повышают процентную ставку, а заемщиков защищают меры государства, путем законодательными актами, которые принимаются в сфере ипотечного кредитования.

Существует проблемы ипотечного кредитования, связанные с монополизацией рынка кредитования. В настоящий момент, рынок первичного жилья остается «непрозрачным». В России не так много строительных организаций, которые занимаются строительством зданий, это говорит о том, что конкуренция не достаточно развита, а, значит, руководство строительных компаний искусственно удерживает высокие цены на квадратные метры ради максимизации собственной прибыли. Это негативно сказывается на простых гражданах, так как из-за завышенных цен жилье становится менее доступным. Банки в свою очередь вынуждены учитывать в своей работе тот уровень цен, которые устанавливают компании-монополисты. Для решения этой проблемы необходимо развивать строительный бизнес, тем самым улучшая ситуацию на строительном рынке, развивая

конкуренцию, которая может привести к снижению цен на жилье [4].

Проблемы ипотечного кредитования, связанные с программами господдержки и альтернативными вложениями средств. Существует выражение, которое распространено среди финансистов, в котором говорится о том, что банки в нынешних условиях имеют «короткие деньги». Это означает, что большую часть депозитных средств вкладчики оставляют в банках максимум на один год, а юридические счета проходят по безналичным расчетам – «до востребования». Большинство банков и кредитных организаций испытывают трудности с объемом наличных средств. Зачастую складывается ситуация когда бюджет пополнить нечем, и тогда к работе привлекаются различные финансовые инструменты, какие обычно используются на фондовых рынках. Альтернативным вариантом ипотечному кредитованию являются программы государственной поддержки по приобретению жилья. В данном случае должен работать механизм выпуска ценных бумаг и акция, которые могут стать своеобразной страховкой для кредитных организация в долгосрочной перспективе. Также должна быть налажена государственная поддержка ипотечных программ, с целью дополнительного финансирования кредитных портфелей [5].

Выдаваемые краткосрочные кредиты на потребительские нужды граждан обычно окупаются банковскими учреждениями гораздо быстрее и с максимальными процентными выгодами. Для того чтобы ипотечный кредит был более привлекательным для населения, необходимо увеличение государственных программ, которые

позволят ипотеке стать более доступной.

Немаловажное влияние на ипотечное кредитование оказывает миграционная политика внутри страны. Всем известен тот факт, что уровень жизни в центральной части страны, а именно в Москве, Санкт-Петербурге заметно отличается от жизни населения в отдаленных регионах. Каждый человек стремится улучшить свое благосостояние и укрепить свое материальное положение. Именно по этой причине так высок уровень миграции из отдаленных регионов страны среди молодых людей. В связи с этим спрос на недвижимость в мегаполисах и крупных городах достаточно высок и постоянно возрастает, а увеличение спроса ведет к увеличению рыночной стоимости квадратных метров жилья. В этом кроется проблема различной стоимости ипотечного кредитования на территории страны [6].

Исходя из вышеперечисленных проблем, можно сделать вывод о том, что на сегодняшний момент, существует много задач, которые стоят в сфере ипотечного кредитования и их еще предстоит решить в будущем. Решение всех этих вопросов это комплексная задача, многоступенчатый и сложный процесс, который требует решений в сфере экономической, политической и социально-экономической жизни страны. Ипотечное кредитование важно в современных условиях, так как для многих это единственная доступная возможность приобретения жилья. Несмотря на все перечисленные проблемы, ипотека пользуется высоким спросом у населения. Но для повышения эффективности этой банковской услуги необходима комплексная поддержка и меры со стороны государства.

Литература и источники:

1. Недвижимость и ипотека. <http://www.realtypress.ru>
2. Портал о банках, страховых компаниях, кредитных организациях, инвестициях и кредитах. <http://rfinansist.ru/>
3. Разумова И.А. Ипотечное кредитование. Учебное пособие. 2-е изд. 2009, изд. Питер.
4. Абдуллаев М., Орлов А., Римский Л., Бу Хассан Хоссам. Ипотека. Организация ипотечного кредитования. Учебное пособие, 2008г.
5. Виноградов Д.В. Ипотечное кредитование с переменными выплатами. Ипотечное кредитование. Экономика недвижимости. Учебное пособие. <http://www.subschet.ru>
6. Перспективы развития ипотечных кредитов. <http://financio.ru>

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ АУДИТА В РОССИИ

З.Е. Кислицын

Государство непрерывно осуществляет контроль за развитием экономической системы, отслеживает деятельность экономических субъектов действующих на территории страны. Для этого государство использует различные механизмы и инструменты. Одним из них является проведение аудита субъектов экономики и бизнеса. Проведение аудиторских проверок необходимо в современных рыночных условиях. Результаты проведения аудиторских проверок выявляют различные ошибки и несовершенства в бухгалтерском и управленческом учете предприятия, в сфере налогообложения, вскрывает недостатки в сфере управления и организационной структуры, помогают защитить интересы собственников предприятия и оказать квалификационную консультацию по необходимым вопросам, а также охраняет интересы государства, соблюдение законом и нормативных актов. Именно этим обусловлена актуальность данной темы.

Аудиторская деятельность или аудит представляет собой предпринимательскую деятельность аудиторов (аудиторских фирм) по осуществлению независимых вневедомственных проверок бухгалтерской (финансовой) отчетности, платежно-расчетной документации, налоговых деклараций и других финансовых обязательств и требований экономических субъектов, а также оказанию иных аудиторских услуг [1].

Существует распространенное мнение, что в России аудит появился сравнительно недавно. Но если вспомнить историю нашей страны, эта должность была введена еще Петром I в

русской империи для армии и флота в начале XVIII в. для решения аудиторами определенных споров и судебных разбирательств, главным образом имущественного характера. В отличие от аудиторов западных стран XVIII-XIX вв. российские были наделены большими правами и обязанностями. На протяжении около полутора веков они выполняли функции ревизоров, следователей и прокуроров. Вплоть до 1867 г. в нашей стране существовали особые учреждения, именуемые аудиториата [2].

Формирование аудиторской деятельности в России проходило в несколько этапов:

- Подготовительный - создание хозрасчетных ревизионных групп при Минфине СССР.

- Первый (1987 г.) - появление первой аудиторской фирмы АО «Инаудит».

- Второй (1989-1991 гг.) - попытка принятия законодательного акта об аудиторской деятельности.

- Третий этап (5 декабря 1991) г. Период разработки проекта Закона об аудите и утверждение «Временных правил аудиторской деятельности РФ» (29 декабря 1993 г.)

- Четвертый этап (настоящее время) - Принятие федерального Закона «Об аудиторской деятельности» [3].

В данный момент, в функционировании аудиторских компаний существует не мало важных проблем, касающихся их регулирования и развития. Эти проблемы обусловлены несовершенством российского законодательства, а так же спецификой нашего государства. В последнее время в области аудита было проведено ряд

реформ. Очень многие руководители аудиторских фирм ждали положительных изменений от данных нововведений, однако проблемы в сфере аудиторских услуг продолжают нарастать. Одним из изменений по итогам введенных реформ было повышение критериев обязательного аудита. Государством было установлено для организаций предоставляющих аудиторские услуги минимальный порог по выручке, отчет по которому необходимо подтверждать у аудиторов. Данное изменение было введено с целью снижения нагрузки на компании, но это отразилось немало на рынке аудиторских услуг, а именно привело к сокращению клиентской базы. В большей степени от этого пострадали маленькие частные аудиторские фирмы, именно они потеряли значительную часть своих постоянных клиентов. В этом заключается одна из проблем развития аудиторского рынка в России [4].

Еще одной значительной проблемой является переход на основную аттестационную деятельность. Правительством РФ был установлен срок для перехода на единый аттестат аудитора до января 2013 года. Это нововведение означало что всем представителям аудиторских услуг нужно было пройти аттестацию, для того чтобы продолжить свою профессиональную деятельность в этой сфере. На данный момент это является трудностью для многих компаний-аудиторов. Целью данной аттестацией являлась проверка уровня квалификации аудитора в тех сферах, где он как аудитор не имел опыта работы. В данные сферы были включены аудит в части профессиональной этики, контроль качества в аудите, бухгалтерский учет и отчетность в банковской и

небанковских сферах, противодействие легализации доходов (отмывание), финансирование терроризма и противодействие коррупции. Отсутствие единого аттестата ограничивает возможность аудитору его участие в осуществлении профессиональной деятельности. Проблема кроется здесь в необоснованности объединения всех аттестатов в один, необъективно высокой стоимости проведения экзамена и непрозрачности и зачастую необъективности определения результатов тестирования. Сложность перехода на один единый аттестат заключается еще и в том, что за несколько месяцев аудитору придется пройти подготовку по ряду дисциплин, иными словами за несколько месяцев нужно стать профессионалом во всех областях, универсальным аудитором [5].

Самой серьезной и нерешенной проблемой остается демпинг в сфере оказания аудиторских услуг. В настоящее время, на рынке существует множество мелких аудиторских фирм, которые предоставляют свои услуги по существенно заниженным ценам, а качество этих услуг оставляют желать лучшего. Такие компании наносят вред своим клиентам, так как их проверки и заключения не объективны и не отражают всей ситуации для заказчика, но и подрывают доверие к самому процессу аудита и ставят под ложное сомнение необходимость проведения данных проверок. Данную проблему должны решать сами компании, предоставляющие аудиторские услуги. Необходимо работать с клиентами, влиять на их сознание и убеждать, что дешевого и качественного аудита быть не может. Необходимо более тщательно подходить к выбору компании-аудитора. Также на эту ситуацию могут

влиять саморегулируемые организации. Ведь именно они занимаются подходами к установлению цены на услуги аудиторов и занимаются отслеживанием и контролем качества оказания услуг по проведению аудита [6]. Замена государственного регулирования частным не решила определенных задач. С момента принятия Федерального закона от 01.12.07 № 315-ФЗ «О саморегулируемых организациях» прошло 6 лет. Этого вполне достаточно для того, чтобы можно было подвести первые итоги, сопоставить плюсы и минусы данного института, наметить пути дальнейшего движения вперед. За это время в России появилось около 900 СРО, функционирующих в более чем 50 сферах бизнеса, из них 650 СРО созданы в областях, где членство является обязательным. В организациях, являющихся членами этих СРО, работают сотни тысяч человек. Это очень значительный потенциал, недаром в своих программных предвыборных статьях В.В. Путин подчеркнул важность развития института саморегулирования, укрепления потенциала действующих СРО в самых разных областях [7]. Необходимо отметить, что аудиторская сфера деятельности существует в режиме саморегулирования существенно меньше, чем например, строительство, оценка, проектирование. Однако тот потенциал, который был накоплен ранее в формате аккредитованных профессиональных объединений, позволил аудиторам в самые сжатые сроки принять у государства целый ряд функций по регулированию аудиторской деятельности: внешний контроль качества, повышение квалификации аудиторов, выдача квалификационных аттестатов и многое другое [8].

В заключении стоит сказать, что дальнейшее развитие аудита в нашей стране требует укрепления его нормативной базы, поддержание основополагающих принципов аудиторской деятельности, без которых аудит теряет свою независимость и самостоятельность, становится своеобразным ведомством контроля. Решение этой проблемы положит начало постепенному устранению ряда сложностей функционирования этой сферы. Российские компании, функционирующие на этом рынке должны еще продлевать большую, чтобы российский аудит стал таким, каким он является на западе – престижным, высокоприбыльным и профессиональным. С 2009 года начал действовать новый Федеральный закон «Об аудиторской деятельности, начал действовать новый механизм регулирования в сфере аудита. В настоящее время процесс поэтапного внедрения заложенных в него положений вступает в завершающую стадию. В последние годы государство взяло курс на избавление от избыточных функций регулирования самых разнообразных видов деятельности, опираясь в этом на имеющийся опыт развитых экономик. Оценщики и арбитражные управляющие, строители и проектировщики уже накопили определенный опыт работы в условиях саморегулирования.

Литература и источники:

1. Временные правила аудиторской деятельности в Российской Федерации. Приложение к Указу Президента РФ от 22.12.93 г. № 2263 (ред. от 26.11.2001)

2. Данилевский Ю.А. Становление аудита в России // Бухгалтерский учет. 2007. - № 2
3. http://www.moluch.ru/conf/econ/archiv_e/95/5700/- Проблемы развития аудита в России
4. <http://gaar.ru>- Рынок аудиторских услуг :состояние проблемы и решения
5. Крикунов А. Новое в организации и проведении контроля за деятельностью аудиторских организаций // Консультант. – 2006. - № 3
6. Болонин Н. Какое будущее у российского аудита? // Современный бухучет. –2011. - № 6. – С.4-8.
7. Путин, В.В. Демократия и качество государства // Коммерсантъ. — 2012.-6 февр.
8. Крикунов А. Новое в организации и проведении контроля за деятельностью аудиторских организаций // Консультант. – 2008. - № 3. – С.72-81

ВЫГОДЫ ПРИ ИНВЕСТИРОВАНИИ В ЗОЛОТО

Д.И. Лавриненко

Издавна золото считается самым надежным средством сохранения своих сбережений. И даже сегодня, несмотря на гипертрофированную финансовую систему, в которой можно потеряться из-за изобилия различных инвестиционных инструментов, золото продолжает пользоваться огромнейшим спросом.

К примеру, не так давно на мировом рынке котировки желтого драгметалла преодолели свой знаменательный рубеж. Впервые за всю историю рынков стоимость унции (это примерно 31,3 грамма) золота поднялась выше 1500 долларов [1].

Причем такая динамика котировок практически не вызывает никакого удивления. Большое количество управляющих различными инвестпортфелями считают, что необходимо в своих активах иметь золото, который способен улучшить показатели «доходность и риск». Такое отношение к золоту объясняется тем, что у данного актива имеется огромное количество различных «защитных» свойств. Принято считать, что желтый драгметалл – это самый эффективный инструмент хеджирования от различных рисков, например, от инфляции.

Кроме того важнейшей характеристикой золота является его весьма низкая корреляция с различными финансовыми активами, то есть динамика данного драгметалла менее подвержена всевозможным общерыночным влияниям. Все это было продемонстрировано в период последнего кризиса, то есть тогда, когда при снижении товарных и различных фондовых индикаторов, котировки золота постоянно только росли [3].

К тому же при покупке золота вы застраховываетесь от различных непредсказуемых колебаний всего валютного рынка, к примеру, от сильного ослабления доллара, взявшего на себя после кризиса функции общемировых денег, которые раньше принадлежали золоту. После того, как за несколько последних лет доллар перестал справляться с ролью общемировых денег, на сцене вновь появился золотой металл.

Все вышеперечисленные достоинства характерны для золотого металла в качестве инвестиционного актива, однако золото также является и классическим биржевым товаром, который имеет свои специфические свойства. В данном разрезе основным достоинством желтого драгоценного металла является отсутствие какого-либо кредитного риска, который свойственен другим активам [2].

В отличие от валют и ценных бумаг, золото в виде товара не является чьим-то обязательством. Данное обстоятельство очень важно в современных экономических реалиях, то есть тогда, когда ставится под сомнение эффективность нынешней мировой кредитной парадигмы. В результате, спрос на золотой металл довольно стабилен, не только в условиях обычного функционирования различных финансовых рынков, но и во время всевозможных экономических и политических потрясений.

Стоимость золота, как и любой другой актив, формируется под определенным влиянием динамики предложения и спроса на всем рынке. Одновременно с этим за последние несколько лет структура продавцов и

покупателей желтого драгметалла претерпела сильное изменение.

При анализе ситуации с предложением золота, вы сможете отметить несколько основных тенденций [4]. Главным фактором предложения золота по-прежнему остается его добыча, поскольку ее доля в общем объеме держится на отметке 60 процентов. Следующий крупный источник получения золота – это его вторичная переработка. На данные компоненты приходится почти 99 процентов предложения золота за год. А вот оставшаяся часть – продажи золота из различных резервов банков, а также международных организаций. Причем в прошлые года государственный сектор распродал свои золотые запасы более активно.

Литература и источники

1. Грэхэм Б. Разумный инвестор. – М., 2001. 182с
2. Кийосаки Р. Квадрант денежного потока. – М., 1998. 111с
3. Мэлони М. Руководство по инвестированию в золото и серебро. – М., 2009, 320с.
4. Соколов А. Легкий способ разбогатеть. – СПб., 2007, 57с.

ПОКАЗАТЕЛИ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОГО МИРОВОГО ХОЗЯЙСТВА

В.К. Мининкова

Научный руководитель – Э.И. Казитова

Мировое хозяйство представляет собой систему взаимосвязанных национальных хозяйств, функционирующую и развивающуюся по единым объективным законам рынка.

Судить об уровне развития мирового хозяйства можно по показателям, характеризующим динамику и состояние мировой экономики.

Для анализа состояния мирового хозяйства используется ряд экономических показателей:

1) Валовой мировой продукт (ВМП). Он выражает общий объем конечных товаров и услуг, произведенных на территории всех стран мира. ВМП подсчитывается в долларах США по текущим курсам. При учете конечной продукции, исключается повторный счет материалов и услуг, использованных в процессе ее производства. Согласно данным Всемирного банка, объем ВВП мировой экономики в 2013 году составил 75593 млрд. долл. (по сравнению с 69971 млрд. долл. в 2012 году) [10].

2) Ещё одним показателем развития мирового хозяйства является сопоставление ВВП отдельных стран на основе паритета покупательной способности валют (ППС). ППС – показатель покупательной силы валют на рынках двух или более стран с учетом соотношения уровней цен в рассматриваемых странах. Согласно теории ППС цена товара в одной стране должна соответствовать цене такого же товара в другой стране, пересчитанной по текущему курсу.

Так, ВВП России по ППС на душу населения в 2014 году вырос на 0,2%,

составив 2560 долл. По этому показателю Россия заняла 6-е место среди стран мира [1].

3) На развитие мирового хозяйства могут оказывать влияние и такие показатели, как валовой внутренний продукт (ВВП) отдельных стран и регионов, а также валовой национальный продукт (ВНП).

4) Для отображения уровня развития мировой экономики используются и другие показатели:

- Экспорт - объем вывезенных за границу товаров для их последующей реализации на внешнем рынке.

- Импорт - объем ввезенных товаров для их реализации на внутреннем рынке. Чистый экспорт товаров и услуг за рубеж, рассчитываемый как разность экспорта и импорта.

- Внешнеторговый оборот, равный сумме по стоимости экспорта и импорта конкретной страны.

Так, например, российский импорт товаров и услуг за январь-сентябрь 2014 года составил 211,6 млрд. долл. (36,5% внешнеторгового оборота), а экспорт – 367,5 млрд. долл. (63,5% внешнеторгового оборота). Внешнеторговый оборот России за январь – сентябрь 2014 г. составил 579,1 млрд. долл., что меньше на 6,0%, чем за аналогичный период прошлого года (616,0 млрд. долл.) [9].

Мировое хозяйство продолжает развиваться достаточно динамично. В настоящее время в его развитии можно выделить несколько главных тенденций:

1) Быстрая смена отраслей. Данная тенденция носит отрицательный характер: неравномерное распределение

инвестиций и растущий уровень безработицы.

2) Рост доли услуг в ВВП.

3) Усиление влияние ТНК на мировое хозяйство, за счет концентрации экономической власти, капитала и производства в их руках.

4) За счет достижения развитыми странами продовольственной обеспеченности, происходит снижение доли сельского хозяйства в ВВП.

5) Рост разрыва в экономическом развитии между развитыми странами.

В будущем ожидается сохранение неопределенности перспектив развития мировой экономики, связанной с выходом на передний план геополитических рисков. По мнению экспертов ОЭСР, в 2015 году рост мировой экономики ожидается на уровне 3,4% [5,7]. Снижение оценки было вызвано повышением геополитической неопределенности из-за последствий экономического кризиса, который полностью еще не преодолен, развернувшихся событий вокруг Украины, а также замедлением темпов роста в таких странах, как США, Россия, Китай и др. По данным МВФ темпы роста мировой экономики в 2015 году будут находиться в пределах 4% [8].

В 2015 году на развитие мировой экономики большое влияние окажет состояние экономики США, растущий госдолг которых составляет 17,8 млрд. долл. [6]. ВВП еврозоны в 2015 году увеличится на 1,7% после снижения на 0,4% в 2014 году [4]. Страны ЕС, несмотря на свою неоднородность, будут способствовать росту показателей развития мирового хозяйства. Однако в целом мировая экономика будет развиваться по весьма пессимистичному сценарию.

Литература и источники:

1. ВВП России и других стран мира в 2013-2014 годах [Электронный ресурс] // Деловая жизнь. 2015. – Режим

доступа:

<http://bslife.ru/makroekonomika/vvp2014.html> (дата обращения: 21.01.2015). – Загл. с экрана.

2. Джинджолия, А.Ф. Мировая экономика и международные экономические отношения: учебное пособие / Л.С. Шаховская, А.Ф. Джинджолия, Е.Г. Попкова. М.: КноРус, 2013.

3. Ломакин, В.К. Мировая экономика : учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям / В.К. Ломакин. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.

4. Макроэкономика еврозоны [Электронный ресурс] // Статистика. 2014. – Режим доступа: <http://data.rbc.ru/cgi-bin/showb.cgi/200614880.pdf> (дата обращения: 21.01.2015). – Загл. с экрана.

5. Неизбежное замедление экономического роста [Электронный ресурс] // Новости экономики. 2014. – Режим доступа: <http://www.newsru.com/finance/25nov2014/oesr.html> (дата обращения: 22.01.2015). – Загл. с экрана.

6. Развитие мировой экономики в 2015 году [Электронный ресурс] // Курсив.kz. 2014. – Режим доступа: http://www.kursiv.kz/news/details/vlast/geopolitika_opredelit_razvitie_mirovoy_ekonomiki_v_2015_godu/ (дата обращения: 23.01.2015). – Загл. с экрана.

7. Снижение роста мировой экономики [Электронный ресурс] // Вести. Экономика. 2014. – Режим доступа: <http://www.vestifinance.ru/articles/42470/print> (дата обращения: 23.01.2015). – Загл. с экрана.

8. Снижение роста мировой экономики [Электронный ресурс] // Прайм. Агенство экономической информации. 2014. – Режим доступа: http://1prime.ru/state_regulation/20140724/788868143.html (дата обращения: 23.01.2015). – Загл. с экрана.

9. Сокращение внешнеторгового оборота России [Электронный ресурс] // Столица. 2015. – Режим доступа: <http://hghltd.yandex.net/yandbtm?fmode=inject&url=http%3A%2F%2FStolica.fm%2Fpost%2F5224&tld=ru&lang=ru&la=&text=внешнеторговый%20оборот%20россии%20в%202014%20году&110n=ru&mime=html&sign=954b28c0ab28387e103a4b8b306fae9b&keyno=0> (дата обращения: 22.01.2015). – Загл. с экрана.

10. GDP (current US\$) / Worldbank. – Режим доступа: <http://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.R.MKTR.CD/countries/1W?display=graph> (дата обращения: 21.01.2015). – Загл. с экрана.

СПЕЦИАЛЬНЫЕ РЕЖИМЫ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ

М.С. Мошевикин

Научный руководитель – Н.Н. Горюнова

Специальные режимы налогообложения – представляют собой установление Налоговым кодексом Российской Федерации особого порядка исчисления и уплаты налогов и сборов в течение определённого периода времени, а также возможность избежать уплаты отдельных сборов. Согласно пункту 2 статьи 18 НК РФ специальные налоговые режимы подразделяются на следующие виды: а) система налогообложения для сельскохозяйственных товаропроизводителей (единый сельскохозяйственный налог); б) упрощенная система налогообложения; в) система налогообложения в виде единого налога на вмененный доход для отдельных видов деятельности; г) система налогообложения при выполнении соглашений о разделе продукции; д) патентная система налогообложения [1].

Основной проблемой является выбор наиболее эффективного налогового режима в направлении развития малого и среднего бизнеса, зависящие от многих факторов, таких как особенности функционирования и вид деятельности.

Рассмотрим каждый из режимов по отдельности более подробно, используя определенную последовательность, а именно: понятие, условия перехода, расчет налога:

1) Упрощенная система налогообложения (УСН) – подразумевает особый порядок уплаты налогов и ориентирован на представителей малого и среднего бизнеса.

Для того, чтобы применить этот режим, нужно выполнить определенные условия: а) средняя численность работников не более 100 человек; б) по итогам (налогового) периода доходы налогоплательщика не превышают 60 млн. рублей (без учета коэффициента-дефлятора); в) остаточная стоимость не превышает 100 млн. рублей. Существуют и отдельные условия для организаций, например: доля участия в ней других организаций не может превышать 25 %; организации у которых есть филиалы и (или) представительства не имеют права переходить на УСН; если по итогам девяти месяцев того года, в котором организация подает уведомление о переходе, ее доходы не превысили 45 млн. рублей (без учета коэффициента-дефлятора) [2].

Расчет налога производится по следующей формуле (1):

$$\begin{aligned} \text{Сумма налога} &= \text{Налоговая база} \\ & * \text{Ставка налога} \quad (1) \end{aligned}$$

Ставка налога равняется 6 % при объекте налогообложения «доходы» (снижение не предусматривается), при объекте налогообложения «доходы минус расходы» составляет 15% (региональными законами могут устанавливаться дифференцированные ставки налога по УСН в пределах от 5% до 15%)

2) Система налогообложения в виде единого налога на вмененный доход для отдельных видов деятельности (ЕНВД) – налог

отдельных видов предпринимательской деятельности (розничная торговля, общественное питание, бытовые услуги, ветеринарные услуги, распространение рекламы и (или) размещение рекламы), который регулируется законами муниципальных районов, городских округов, городов Федерального значения.

Условия перехода на ЕНВД для юридических лиц трактуются следующими ограничениями: а) доля участия других юридических лиц не должно превышать 25%; б) средняя численность работников не более 100 человек; в) режим введен на территории муниципального образования; г) деятельность не осуществляется в рамках договора простого товарищества и договора доверительного; д) упомянут осуществляемый вид деятельности в местном нормативном правовом акте; е) налогоплательщик не является учреждением образования, здравоохранения и социального обеспечения в части деятельности по оказанию услуг общественного питания; ё) налогоплательщик не относится к категории «крупнейших»; ж) не оказываются услуги по сдаче в аренду автозаправочных и автогазозаправочных станций. Индивидуальные предприниматели подвергнуты меньшим количеством ограничений, все те же ограничения, но кроме таких вариантов как: а) налогоплательщик не относится к категории «крупнейших»; б) налогоплательщик не является учреждением образования, здравоохранения и социального обеспечения в части деятельности по

оказанию услуг общественного питания; в) доля участия других юридических лиц не должно превышать 25% [2].

Расчет производится по следующей формуле (2):

$$\text{ЕНВД} = (\text{Налоговая база} \times \text{Ставка налога}) - \text{Страховые взносы}, \quad (2)$$

Налоговая ставка составляет 15% от величины вмененного дохода.

3) Патентная система налогообложения (ПСН) – это специальный налоговый режим для индивидуальных предпринимателей (химическая чистка, ремонт мебели, услуги фотоателье, ремонт жилья, изготовление изделий народных художественных промыслов), который они могут применять наряду с общей системой, УСН или ЕНВД.

Имеют право применять ПСН индивидуальные предприниматели, средняя численность работников которых, не превышает за налоговый период, по всем видам предпринимательской деятельности, которая осуществляется индивидуальными предпринимателями, 15 человек. Не применяется в отношении видов предпринимательской деятельности, осуществляемых в рамках договора простого товарищества или договора управления имуществом [2].

Порядок расчета налога выполняется по следующей формуле (3):

$$\text{Размер налога} = \left(\frac{\text{Налоговая база}}{12 \text{ месяцев}} \times \text{Количество месяцев срока (патент)} \right) \times 6\%, \quad (3)$$

Таким образом, рассмотрев краткие характеристики каждого из специальных режимов налогообложения, выделим для каждого режима свои преимущества и недостатки, которые представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Преимущества и недостатки специальных режимов налогообложения

	Преимущества	Недостатки
Единый сельскохозяйственный налог	<ol style="list-style-type: none"> 1) Минимальное количество отчетности 2) Упрощенный порядок ведения бухгалтерского учета 3) Возможность снижения налоговой нагрузки 4) Добровольность использования, а также возможность перехода на УСН 5) Оптимальные сроки уплаты ЕСХН, особенно для видов деятельности с ярко выраженной сезонностью 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Ограничение расходных статей 2) Необходимость соблюдения ряда условий по ведению деятельности 3) Низкая привлекательность для контрагентов
Упрощенная система налогообложения	<ol style="list-style-type: none"> 1) Существенная экономия на налогах 2) Заполняется и сдается всего лишь одна декларация по единому налогу 3) Выбор объекта налогообложения 4) Налоговым периодом является год 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Отсутствует обязанность платить НДС: риск потери контрагентов 2) Ограничения в открытии филиалов и представительств, заниматься некоторыми видами деятельности, а также продавать некоторые товары. 3) В условиях значительной прибыли происходит большая налоговая нагрузка по сравнению с ЕНВД
Система налогообложения в виде единого налога на вмененный доход для отдельных видов деятельности	<ol style="list-style-type: none"> 1) Размер налога является фиксированным, в т.ч. в условиях значительного дохода 2) При розничной торговле позволяет работать без контрольно-кассовых аппаратов 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Сдача отчетов ежеквартально 2) Не позволяет работать с оптовыми продажами
Патентная система налогообложения	<ol style="list-style-type: none"> 1) Освобождение от уплаты НДФЛ и налога на имущество физических лиц, а также НДС 2) Возможность работы без 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Необходимость ведения книги доходов и расходов 2) Существует

	контрольно-кассовых аппаратов, при условии выдачи документа, подтверждающего внесение наличных денежных средств 3) Удобен для индивидуальных предпринимателей осуществляющих сезонную предпринимательскую деятельность	обязанность для индивидуального предпринимателя о заявлении в налоговый орган об утрате права на применение ПСН, а также о прекращении его предпринимательской деятельности, в отношении которой применяется ПСН
--	---	--

Для того чтобы осуществить выбор наиболее эффективного для предпринимательской деятельности режима налогообложения, рассмотрим пример с расчетом совокупной налоговой нагрузки на одних и тех же

данных для индивидуального предпринимателя занимающегося розничной торговлей в г. Томск, работа осуществляется без наемных кадров, имеет одну торговую точку, и сделаем вывод об эффективности этих специальных режимов.

Таблица 2 – Сравнительная эффективность специальных налоговых режимов для индивидуального предпринимателя без наемных кадров (тыс. руб.)

Показатели	ОСНО	УСН		ЕНВД (15%)	ПСН (6%)
		6 %	5%		
Выручка	1150	1150	150	1150	1150
в том числе НДС	175,5	-	-	-	-
Материальные затраты	914,3	914,3	14,3	914,3	914,3
в том числе НДС	139,5	-	-	-	-
Социальные взносы	35,7	35,7	5,7	35,7	35,7
Предпринимательский доход	164,1	200	200	200	200
НДС к уплате	36,0	-	-	-	-
Налогооблагаемая база	164,1	1150	00	235,8	200
Налог с облагаемой базы (к уплате)	21,3	33,3	0	0,0	12,0
Чистый доход	142,8	166,8	70,0	200	188,0
Налоговое бремя	93,0	69,0	5,7	35,7	47,7
Налоговое бремя, %	63%	41%	9%	18%	25%

Таким образом, исходя из расчетов высокой налоговой нагрузкой обеспечивает такой режим, как ОСНО (63%) и УСНО с объектом налогообложения «доходы», который показывает 41%, что является не выгодным. Самая низкая налоговая нагрузка оказалась у режима ЕНВД. В данном расчете главную роль сыграли

социальные взносы, на которые были уменьшены ЕНВД и налоги, которые уплачивались по УСНО с объектом налогообложения «доходы», а ПСН нет. Не должен обнадёживать, тот факт, что налоговая нагрузка минимальная при специальном режиме ЕНВД, так как минимальная всего лишь при взятых в примере показателях, она будет еще

ниже в том случае, если деятельность будет более успешной, но она может оборачиваться высоким налоговым бременем. Идентично ведет себя ПСН, увеличивая или же снижая налоговую нагрузку в зависимости от результатов деятельности индивидуального предпринимателя.

Литература и источники:

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) [Электронный ресурс]: федеральный закон от 31.07.1998 г. № 146-ФЗ (ред. от 29.12.2014 г.). Доступ из справ.-правовой системы «Консультант Плюс»
2. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) [Электронный ресурс]: федеральный закон от 05.08.2000 г. № 117-ФЗ (ред. от 29.12.2014 г.). Доступ из справ.-правовой системы «Консультант Плюс»

СОВРЕМЕННАЯ РЫНОЧНАЯ ЭКОНОМИКА

А.Э. Стародворская, К.Г. Очеретин, Ю.В. Дубинец

Научный руководитель – А.Ю. Карпова

В многочисленных публикациях, появившихся после начала мирового финансово-экономического кризиса в 2008 году и последовавшего за ним периода стагнации главной проблемой является оценка влияния этих процессов на последующее глобальное развитие, выявление основных черт нового периода, а также поиск ответа на коренной вопрос: не означают ли эти процессы вступление мировой рыночной системы в завершающую стадию своего роста, в стадию истощения потенциала своего дальнейшего развития как определенной социально-экономической системы? В любом случае стало очевидным, что новый послекризисный период мирового развития будет существенно отличаться от предшествовавшей картины. Ожидается, что общие темпы роста в Европе, США и Японии будут более чем скромными: 2-2,5 процента в год с периодами кризисного падения производства. Положение в развивающихся странах, прежде всего в локомотивах роста – Китае, Индии, Бразилии, ожидается существенно более благоприятным: 4-6 процентов среднегодового роста ВВП [4, с. 13]. Соответственно упадут и темпы развития мировой торговли и экспорта производительного капитала. В качестве главных источников этих оценок выступают международные организации, многие ведущие экономисты и политики. В большинстве оценок очевиден недостаток аналитического объяснения новых механизмов развития. Объяснения, как правило, частичные и не всегда

убедительные. Важной в общих тенденциях экономической жизни является позиция международных экономических организаций «семейства ООН» – в особенности МВФ, Всемирного банка, региональных экономических комиссий, ЮНКТАД. Позиции этих организаций совпадают не по всем вопросам. Как общая исходная позиция все согласны с положением, что в основе сложившейся ситуации лежит глобальная нехватка спроса.

Из теоретических положений особое внимание привлекает начавшаяся активная критика центрального тезиса в теориях экономического либерализма о действующем во всех случаях автоматическом саморегулировании рыночной системы, делающем ненужным активное вмешательство государства в экономику, «поскольку рынок делает все лучше, чем государство» [4, с. 22]. В экономической теории и практике последних лет это является важнейшим изменением. Центральная роль в мировых кризисных и посткризисных процессах принадлежит финансовым факторам. Стало очевидным, что безудержное расширение финансовой сферы, изобретение все новых финансовых инструментов, создававших иллюзию стабильности у банков и вкладчиков, лежит в основе многих кризисных процессов. Одни предлагали разрубить гордиев узел проблем мечом, другие рассчитывали решать проблемы лечением, убирая очевидные несоответствия, но оставляя всю конструкцию в целостности. Многие

указывают на такие факторы, как «жадность банкиров», на чрезмерную секьюритизацию компаний и несбалансированность американской экономики.

Основная цель данной публикации заключается в попытке выявить главные новые факторы, влияющие на характер развития рыночной экономики и определяющие новый механизм экономического развития. Инфляция изменила циклический характер движения цен. Большую часть времени существования рыночной экономики цены всегда падали в фазе кризиса, и это явление, с одной стороны, усугубляло течение кризиса, но с другой – облегчало выход из него. При более низком уровне цен увеличивался спрос, и удешевлялось обновление основного капитала, что давало толчок выходу из кризиса. Отсутствие существенного падения цен является принципиальным изменением в базисном механизме развития рыночной экономики. Общее падение цен в течение хотя бы нескольких кварталов года практически исчезло после 1950-х годов. Правда, общее падение годового индекса цен впервые за послевоенный период появилось в 2009 году в ряде развитых стран в фазе последнего мирового финансово-экономического кризиса, но это падение было весьма скромным, неустойчивым и большинство стран не затронуло. Падение цен на индивидуальные товары и на отдельные отраслевые индексы цен сохранилось (топливо, сырье и продовольствие, электронику). Главный фактор снижения цен на электронику, а также на ряд химических товаров – быстрый научно-технический прогресс в этих областях. Эти явления изменили и затруднили процесс переноса результатов научно-технического прогресса из областей, где он имел место, на другие производства и

отрасли. Когда общее снижение цен исчезло, механизм переноса технического прогресса стал более сложным и длительным. Вместо снижения цен эффект переноса возникал из-за различных темпов повышения цен на отдельные виды продукции. Это стало одним из факторов общего замедления научно-технического прогресса в рыночной экономике в настоящее время. Резко уменьшились кредитные лимиты в процессе воспроизводства и ограничения на рост других составных частей денежной массы. Особенно это типично для США в связи с ролью доллара как ключевой мировой валюты. Кредитная политика – один из важнейших инструментов борьбы с кризисом. Первое, с чего началась антикризисная политика в большинстве стран, – накачивание банковской системы деньгами. Исчез всеобщий дефицит денег, но он остался для некоторых, менее «привилегированных» компаний. К тому же политика учетных ставок центральных банков была вообще удивительной: ставка рефинансирования ЦБ нередко устанавливалась на невероятно низком уровне, близком к нулю. В Японии она вообще была нулевой в течение некоторого времени. Отсюда и затруднения со сбытом, и все, что с этим связано. Сейчас же лимиты роста денежной массы стали носить условный характер. Реакция экономики на сверхнизкие процентные ставки была удивительной: никакого заметного оживления инвестиционной активности не наблюдалось в затронутых данными процессами странах. Это важное обстоятельство, которое свидетельствует о принципиальных изменениях в эффективности различных инструментов антикризисной политики в последнем периоде развития [2].

В России же укрепление финансовой стабильности, которая ныне сделана приоритетом экономической политики, будет достигаться за счет снижения темпов экономического роста и уменьшения иммунитета от кризисов. Если даже стагнация экономики заставит отойти от жесткой финансовой смирительной рубашки, то неизбежным следствием этого станет усиление инфляции, симптомы чего уже появились с 2012 года. Как известно, конкуренция – главный генератор научно-технического прогресса в рыночной экономике. Лишенная конкуренции, рыночная система неизбежно потеряет большую часть своей эффективности. Конкуренция видоизменилась, хотя на некоторых рынках действительно ослабла. Как показала история, научно-технический прогресс продолжался и после того, как уже с последней четверти XIX столетия тенденции к монополизации в экономике стали очевидными.

Глобализация способствовала резкому усилению концентрации капитала и производства, вовлечению буквально всех стран в систему мирового хозяйства, расширению масштабов и влияния ТНК. Они стали распоряжаться гигантскими средствами в сотни миллиардов и триллионы долларов и воздействовать в сильной степени на политику правительств многих стран. Завершился процесс экстенсивного расширения мирового хозяйства. Циклические процессы все больше синхронизировались.

Главное для России – вовремя «оседлать» факторы движения к новому технологическому циклу, «чтобы не отстать в очередной раз». Какое влияние окажет смещение центра мирового экономического развития из нынешнего ядра мировой экономической системы в

«возвышающиеся» государства, прежде всего в Китай, Индию, Бразилию, «азиатские тигры»? Раньше такие ситуации всегда заканчивались «большим мордобоем». Но сейчас ситуация в мире изменилась с появлением ядерного оружия, что внушает определенную надежду на большую осмотрительность политического руководства. Другие аспекты их волнуют гораздо меньше.

Мировая экономика физически не в состоянии выдержать уровень потребления развитых стран для всех нынешних 7 миллиардов населения Земли. Невозможность такого развития в целом должна еще выявиться, на что уйдет не один десяток лет. Возникает вопрос, в какой мере ускоренное развитие ряда стран этой группы государств может стать фактором укрепления мировой рыночной экономики? Особого разговора здесь заслуживает Китай – страна с самым успешным экономическим развитием в мире за последние три десятилетия. По оценкам большинства специалистов, Китай скорее всего выйдет на первое место в мире по общему объему валового продукта к середине 2020-х годов или немного позже. Идеологическая борьба вокруг оценок китайской модели развития в последние годы идет с нарастающей ожесточенностью. Если китайская модель в конечном счете окажется одним из вариантов рыночной экономики – это чрезвычайно усилит общий потенциал рыночной экономики во всем мире; если же китайская модель будет чем-то другим, может быть искомой многими конвергентной социально-экономической моделью, – картина будет принципиально иной. Одним из наиболее ярких примеров утверждений о том, что китайская экономическая модель уже сейчас вполне рыночная, служит статья

Илларионова, посвященная экономическому развитию Китая, в журнале «Вопросы экономики» в бытность его экономическим советником президента России. Он сравнивает рыночные реформы в России и Китае, отдавая безусловный приоритет в этой области Китаю. Именно последовательная «рыночность» китайских реформ, по его мнению, и является главным фактором китайских успехов, а недостаточная рыночность российских реформ – главной причиной ее проблем и неудач. Почему же никто из них даже близко не демонстрирует таких же впечатляющих успехов, как Китай? Китайская социально-экономическая модель – это самостоятельный, особый путь развития, который объединяет в себе черты рыночной экономики и некоторые несущие конструкции советской плановой системы, имея также свои, только ему присущие качества. Но что же её отличает? Главными такими отличиями, на наш взгляд, являются роль компартии в китайском экономическом и политическом механизме и сохраняющиеся определенные функции планирования в разных формах. Наибольшее значение имеют экономические функции компартии. Они весьма велики даже на частных предприятиях, уже не говоря о частногосударственных и государственных предприятиях [1]. Можно ли тем самым утверждать, что нынешняя китайская экономическая система представляет собой один из вариантов советского «партийного государства»? При этом полномочия партийных органов в целом доминировали над государственными структурами. Именно в этом смысле такую систему можно назвать «партийным государством». Подобные системы государственного управления

не могли бы существовать, если бы они не обеспечивали достижение определенных важнейших целей развития страны и общества: достижение резкого ускорения развития экономики, ее уравнивание, а в дальнейшем – и опережение в уровнях социально-экономического развития с передовыми капиталистическими державами. Это осуществлялось на новой социально-экономической основе и с введением нового экономического механизма: национализации основных средств производства и введения директивного планирования как его центральных элементов.

Какие преимущества имеет «партийное государство» для достижения поставленных целей? Во-первых, такая система обеспечивает очень высокую концентрацию политической и идеологической власти в руках руководства страны. Во-вторых, она гарантирует высокую мобильность и сменяемость кадров в случае необходимости. Принятие кадровых решений в партийных органах в меньшей степени связано с необходимостью соблюдения определенных правил и процедур, типичных для госслужбы, менее прозрачно для окружающих по большинству решений, оно более оперативно и больше привязано к решениям партийных, чем государственных органов, что обеспечивает повышение управляемости всей системы со стороны руководства и дисциплину нижестоящих звеньев при соблюдении общей стратегии развития. Еще один их вариантов, встречавшихся в истории, – необходимость строительства огромных оросительных систем, без которых сама жизнь в определенных регионах была невозможна, строительство пирамид или чего-нибудь вроде Великой китайской стены. Для достижения

подобных целей требовалось создание общественных «мегамашин», компенсировавших недостаточную научно-техническую вооруженность государств за счет сверхконцентрации сил и средств. Достижение поставленных долгосрочных целей требует от населения постоянных жертв ради «светлого будущего. Все это порождает высокий уровень государственного насилия, чтобы преодолевать сопротивление. Но у подобных систем имеются свои трудно излечимые недостатки. Во-первых, их эффективность очень зависит от качества руководства – прежде всего от лидера. Во-вторых, система плохо работает при смене харизматических лидеров и главной цели развития. И в-третьих, со временем население устает жить в условиях постоянного идеологического и организационного пресса, необходимости жертвовать настоящим ради «светлого будущего. Повышенный уровень государственного принуждения, присущий подобным системам, все больше начинает утомлять и раздражать людей даже при общих успехах развития, а тем более, когда особых успехов нет. Энтузиазм уходит, вместе с ним уходит и динамизм. Начинается кризис системы, успешный выход из которого отнюдь не гарантирован. В частности, Советский Союз рухнул под тяжестью аналогичных внутренних и внешних противоречий. Что касается директивного централизованного планирования в Китае, то ныне оно охватывает ограниченное число показателей. Однако достижение зафиксированных в планах целей с помощью имеющихся в распоряжении государства инструментов, прежде всего финансовых, осуществляется весьма последовательно и жестко. Пока Китай не собирается целиком отказываться от планирования, в том

числе директивного, хотя общая тенденция к ограничению сферы его применения несомненна. Но высокая инерционность гигантского китайского общества говорит в пользу предположения, что принципиального разрыва с прошлым не будет [3].

Какие же общие выводы можно сделать на основании анализа изложенных нами факторов развития? Вряд ли в ближайшие годы можно ожидать существенных позитивных изменений в общем не очень благоприятном характере развития мировой экономики. Китай, Индия, Бразилия и ряд других развивающиеся государства с «формирующимися рынками» останутся локомотивами роста с постепенным увеличением их экономического и политического значения. Вопрос о присоединении России к этой группе стран по критериям экономического развития будет зависеть в первую очередь от адекватности политики российского руководства.

Литература и источники

5. Илларионов А. Секрет китайского экономического «чуда» // Вопросы экономики. – № 4. – 1998. – С. 15-17.
6. Катасонов В. Держатели долларов рискуют оказаться владельцами кучи макулатуры // Аргументы и факты. – №1. – 2013. – С. 20.
7. МакГрегор Р. Партия: тайный мир коммунистических властителей Китая. – М., 2011. – 64 с.
8. Стиглиц Д. Крутое пике. – М., 2011, 41 с.

**АНАЛИЗ СТРУКТУРЫ ПЛАТЁЖНОГО БАЛАНСА РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ 2013-2014 ГГ.**

А.А. Позняковская

Научный руководитель – Э.И. Казитова

Платежный баланс отражает в сумме экономические операции между резидентами и нерезидентами страны за определенный период времени. Как и бухгалтерский баланс, он основывается на принципе двойной записи. То есть каждая операция отражается в равной сумме и по дебету и по кредиту. Актив баланса представлен торговым балансом, балансом услуг, а также счетом первичных и вторичных доходов, который главным образом отражает разницу между процентами и дивидендами полученными иностранцами в стране составления платежного баланса и резидентами страны за границей. Пассив содержит операции с финансовыми активами и представлен финансовым счетом [1, с. 107].

Увеличение профицита счёта текущих операций стало итогом роста положительного сальдо внешней торговли товарами при сохранении близких к прошлогодним отрицательных балансов торговли услугами, инвестиционных доходов, чистой оплаты труда и вторичных доходов. Такое улучшение обусловлено сочетанием следующих факторов:

Скачок сальдо торгового баланса, вызванный тем, что снижение внутреннего спроса и ослабление рубля продолжали оказывать давление на размер импорта товаров, в то время как высокие цены на нефть способствовали росту экспорта;

Рост нетоварных статей счета текущих операций. Замедление роста зарплат и ослабление рубля сдерживали поток зарубежного туризма, а

сокращение прибыли предприятий и стабилизация внешнего долга ограничивали отток инвестиционных доходов.

Чистый отток частного капитала сократился, но остался относительно большим по сравнению с показателем годичной давности. Чистый отток указывает на факторы, создающие в России неблагоприятные условия для хранения капитала.

Чистый спрос на наличную иностранную валюту со стороны населения снизился. Этот показатель свидетельствует об уровне уверенности населения в стабильности рубля. Сокращение размера зарубежных активов банков также указывает на то, что долларизация базы депозитов существенно снизилась.

Сокращение общей суммы сомнительных операций и чистых ошибок и пропусков свидетельствует об улучшении слежения за денежными потоками.

Наибольшее падение объема внешнеторгового оборота было зафиксировано с Украиной и Республикой Беларусь. Следует сказать, что кризисная ситуация на Украине далека от завершения, ратификация договора об ассоциации с ЕС приведёт к тому, что Россия будет вынуждена ввести пошлины на украинскую продукцию. Остановка поставок газа, взаимные дополнительные санкции, разрушенная инфраструктура Донбасса, быстрое падение промышленного производств, вызовут еще большее снижение торговли с нашим соседом уже в ближайшей перспективе. Украина

рискует полностью разрушить все связи и лишиться российского рынка, для которой он является основным.

Товарная структура нашего экспорта по-прежнему состоит в основном из минеральных ресурсов – 70,7%, вторая статья доходов – черные металлы 4,1%. Очевидна высокая зависимость от продажи сырья [2, с.80].

Товарная структура импорта более диверсифицирована: 18,1% денежного оборота приходится на машины и оборудование, 11,7% - средства наземного транспорта (в т. ч. автомобили), 11,1% - электрические машины и оборудование, 4,4% - фармацевтическая продукция [2, с.81]. В связи с этим, можно заметить некоторую зависимость от поставок машин и оборудования.

Дефицит баланса внешней торговли услугами в I квартале 2014 незначительно расширился. Основной причиной такого стремительного роста является увеличение расходов населения на поездки за рубеж.

Экспорт услуг практически не изменился. Проведение в феврале-марте XXII Олимпийских игр в Сочи отразилось на увеличении объёма предоставленных нерезидентами телекоммуникационных услуг и услуг в сфере культуры и отдыха, а также на сумме экспорта по статье «Поездки».

Основной вклад в импорт услуг обеспечен услугами по статье поездки, доля которых выросла до 39,8 % [2, с.92].

Баланс первичных доходов сведён с дефицитом. При невероятных утечках капитала из России этот капитал не приносит дохода для России, т.е. оседает в чёрных дырах. Не смотря на чистую инвестиционную позицию, Россия почти не получает внешних инвестиционных доходов, но зато по полной программе платит за всё, что только можно платить.

Отрицательный баланс оплаты труда несколько снизился. Вследствие этого, мы можем увидеть увеличение заработной платы рабочих, полученной от иностранных резидентов.

Дефицит баланса инвестиционных доходов сохранился на уровне базисного периода. Отрицательное сальдо баланса доходов прочих секторов выросло преимущественно за счёт возросших сумм начисленных к выплате дивидендов. Дефицит баланса инвестиционных доходов банков сократился, сказался опережающий рост реинвестированных доходов от участия в капитале организаций-нерезидентов по сравнению с аналогичными выплатами со стороны российских банков в пользу иностранных инвесторов.

Баланс вторичных доходов сведён с дефицитом. В составе суммы, выплаченной в пользу нерезидентов, около двух третей приходилось на личные трансферты. В структуре вторичных доходов к получению, значительными оставались операции, связанные с налоговыми поступлениями в пользу органов государственного управления.

Международные резервы Российской Федерации с начала 2014 года сократились, основной вклад внёс отрицательный итог операций, учтённых в платёжном балансе. В составе положительной переоценки доминировало повышение стоимости монетарного золота. Это шестой показатель среди всех стран. Столь значительная сумма позволяет относительно безболезненно переносить экономические спады, инвестировать в долгосрочные перспективные проекты, использовать средства в чрезвычайных ситуациях.

Значимые изменения резервов сдерживали их снижение и были представлены: зачислением средств на

лоро-счёта резидентов, открытые в Банке России; зачислением средств на лоро-счета резидентов, открытые в Банке России; поступлением таможенных пошлин в рамках Таможенного союза; операциями валютный СВОП с кредитными организациями-резидентами [3,с.25].

По состоянию на 1 апреля 2014 года объём международных резервов был достаточен для финансирования импорта товаров и услуг в течение 12 месяцев.

В итоге, очевидно, что платежный баланс – это один из основных источников о состоянии макроэкономической ситуации в стране, а состояние платежного баланса не может быть игнорировано при принятии решений, как в области макроэкономической политики, так и на микроуровне.

Литература и источники:

1. Мировая экономика и международные экономические отношения: учеб. пособие для студентов, обучающихся по направлению «Экономика» и специальности «Мировая экономика»/ [Л.С.Шаховская и др.]; под ред. Л.С.Шаховской.- Москва: КноРус, 2013.-253 с.
2. Платёжный баланс РФ: новая методология составления и его современное состояние [Текст]= Balance of Payments of the Russian Federation: a new methodology for the compilation and its current state/ О.В.Леонова, Н.В.Шалашова.- (Финансовые проблемы) // Российский внешнеэкономический вестник.- 2013.- №5.-С.78-100
3. Платёжный баланс / Институт «Центр развития» НИУ «Высшая школа экономики»// Комментарии о государстве и бизнесе.- 2014.-№7.- С.22-26

ПЕРСПЕКТИВЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РОССИИ

О.А. Самусева

Научный руководитель – Э.И. Казитова

Одной из основных целей экономической политики страны является обеспечение продовольственной безопасности. Это объясняется тем, что именно от наличия и качества продуктов питания, прежде всего, зависит физическое существование и здоровье миллиардов людей.

На данном этапе развития в России сложилась сложная и противоречивая экономическая ситуация для развития АПК страны и обеспечения ее продовольственной безопасности. С одной стороны, нельзя не заметить положительные результаты по наращиванию производства основных видов сельскохозяйственной продукции, которые создали основу для более полного обеспечения страны собственным продовольствием. С другой стороны, сложная макроэкономическая и политическая обстановка наносит неизгладимый отпечаток на инвестиционный климат в отечественном АПК, динамику развития сельхозпроизводства, баланс экспорта и импорта продукции сельского хозяйства, сырья и продовольствия, а это, в свою очередь, помешало обеспечить выполнение показателей Государственной программы за 2009-2012 гг.

Проблемы функционирования агропромышленного комплекса и, прежде всего, его базовой отрасли – сельского хозяйства, замедляющие стабильное и динамичное развитие аграрного сектора отечественной

экономики, объясняются продолжающимся технико-технологическим отставанием сельского хозяйства России от экономически развитых стран, ограниченным доступом сельхозтоваропроизводителей к внешним рынкам, низкими темпами социального развития сельских территорий, сокращением занятости сельского населения при слабом развитии альтернативных видов деятельности и низкой оценкой сельскохозяйственного труда в обществе и, конечно, недостаточным финансовым обеспечением [1, с.3].

Однако главным противоречием остается низкий уровень продовольственной независимости России - неспособность страны за счет собственного производства в полной мере обеспечить жизненно важными пищевыми продуктами свое население. Зависимость России от импорта продовольствия (около 40%) является критической [2]. Являясь самодостаточной по всем основным видам ресурсов, Россия восполняет продовольственный дефицит крупномасштабным импортом даже тех видов продукции, которые она вполне могла бы самостоятельно производить не только для внутреннего, но и для внешнего мирового рынка. Затраты на импорт продовольственных товаров составили в 2012 год около 42,5 млрд. долл., что почти вдвое превышает пороговый уровень продовольственной безопасности (рисунок 1).

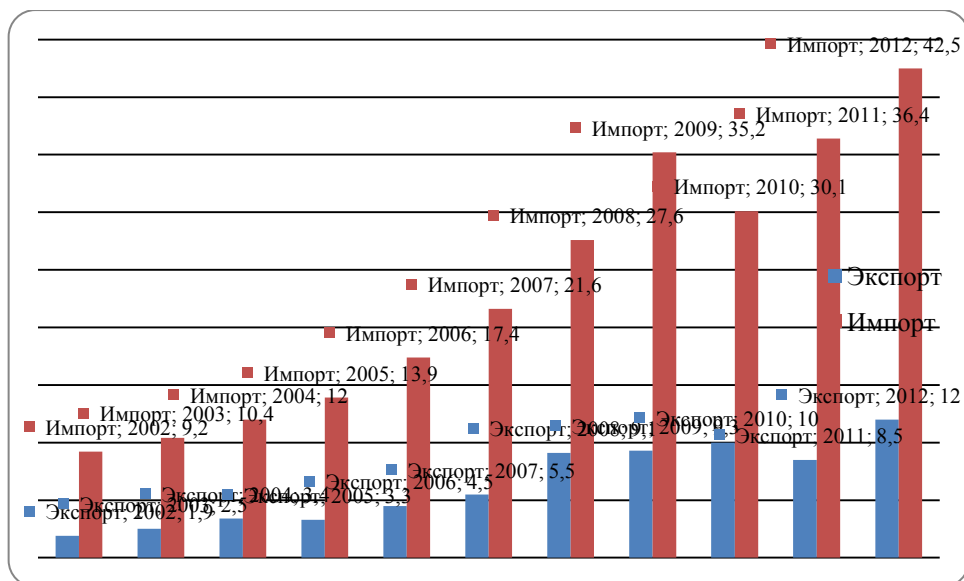


Рис.1 – Экспорт и импорт продовольственных товаров и сельскохозяйственного сырья для их производства в России, млрд. долл.

Зависимость страны от импортных товаров в случаях возникновения международных конфликтов становится опасной для национальной безопасности государства. Исходя из этого, Российскую Федерацию нельзя назвать продовольственно независимой.

Усугубляет ситуацию высокая степень закредитованности сельхозорганизаций, а также быстрый рост расходов на обслуживание этой закредитованности. Без субсидий сельское хозяйство убыточно или малорентабельно. Сложившейся ситуации во многом способствует несовершенство экономического механизма.

Текущая экономическая и политическая ситуация, в частности введение рядом развитых стран санкций против РФ и ответное российское продовольственное эмбарго приводят к резкому росту розничных цен на национальном рынке продовольственных товаров.

Кроме того на экономической доступности продовольствия негативно сказывается рост доля крупных торговых сетей, устанавливающих

высокие торговые наценки. В России торговые наценки колеблются на уровне 25-40%, тогда как в Канаде, Китае, Белоруссии они зафиксированы законодательно и не превышают 12%, а на социально значимые продукты – 8% [3, с.16].

Сокращение площади обрабатываемых угодий и заметное ухудшение состояния земель в совокупности с низкой инвестиционной привлекательностью препятствуют обновлению почв и развитию собственного сельскохозяйственного потенциала.

Продовольственная безопасность включает в себя экологическую составляющую, которая предполагает качество и безопасность пищевых продуктов. Высокий импорт не всегда качественного продовольствия и увеличение роли генно-инженерной деятельности могут негативно сказаться на здоровье человека.

Вступление России в ВТО должно было привести к развитию конкуренции на рынке продовольствия России, в том числе за счет роста импорта и снижения уровня государственной поддержки [4,

с.89]. Однако резкого усиления конкуренции между зарубежными поставщиками и отечественными производителями не произошло, несмотря на снижение уровня таможенных пошлин, влекущее за собой рост предложения товаров на рынке [5, с.38].

В настоящее время реализуемая Россией политика импортозамещения направлена не только на замену импорта собственным производством, но и на защиту внутреннего рынка от несанкционированного и некачественного импорта, что должно благоприятно сказаться на ценах и рентабельности сельхозпроизводителей, а также поддержать инвестиционную привлекательность бизнеса. Полное импортозамещение невозможно, в связи, с чем государство согласно теориями международной торговли принимает решения о необходимости, возможности и целесообразности реализации импортозамещения в отношении отдельных продуктов с целью стабилизации сложившейся конъюнктуры рынка.

В настоящее время России необходимо выстраивать адекватную аграрную политику, направленную на адаптацию и поддержание отечественного производителя к текущим экономическим условиям и переходить на экспортно-ориентированное развитие. Несмотря на имеющиеся риски, по оценкам международных и российских научных центров, именно аграрному сектору России предстоит стать одним из главных локомотивов экономики в периоды её модернизации и перехода на инновационный путь развития.

Литература и источники:

1. Ушачев, И. Продовольственная безопасность – основа стабильного развития российской экономики [Текст]

/ И. Ушачев // АПК: экономика, управление. – 2011. – № 8. – С. 2-9.

2. Ивантер, В. Денег не жалеть. Россию ждет НЭП и восемь процентов роста экономики / В. Ивантер // Российская газета (Федеральный выпуск). - №6281 от 17 января 2014 г. – Режим доступа: <http://www.rg.ru/2014/01/17/investicii.htm>

3. Денисова, Н.И., Полянский, С.Я. Продовольственная безопасность в системе экономической безопасности России: проблемы и решения / Н.И. Денисова, С.Я. Полянский // Вестник рязанского государственного агротехнологического университета имени П. А. Костычева. - №3 (15), - 2012. – Режим доступа: http://vestnik.rgatu.ru/archive/3_2012.pdf#2.

4. Новицкая, А.А. Внешнеэкономическая политика обеспечения национальной продовольственной безопасности России в условиях вступления в ВТО [Текст] / А.А. Новицкая // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2013. – № 5. – С. 87-91.

5. Воронин, Б.А. Проблемы обеспечения продовольственной безопасности российского государства в условиях ВТО [Текст] / Б.А. Воронин // Бизнес, менеджмент и право. – 2013. – № 1. – С. 37-42.

РОЛЬ ГОРОДСКОГО КАДАСТРА В ПОВЫШЕНИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЗЕМЛЕПОЛЬЗОВАНИЯ (НА ПРИМЕРЕ КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ)

А.А. Киселева, В.В. Нарыжная, Е.Ю. Силантьева

Научный руководитель – Т.А. Погорелая

С усилением антропогенных нагрузок на почвы растет необходимость создания эффективной системы контроля за использованием земель. Это особенно важно для регионов Российской Федерации, которая занимает первое место в мире по площади территории 17098,2 тыс. км² [1]). Для сельского хозяйства предназначены 13% (около 2222,7 тыс. км²) территории РФ, но с 1990 по 2013 г. площадь сельскохозяйственных угодий сократилась на 22,8 млн га, а пашни - на 16,4 млн га. Кроме причин, связанных с трансформационным кризисом и послереформенными структурными изменениями экономики (деградацией несырьевых отраслей и уменьшением их финансирования),

отрицательное влияние на аграрный сектор оказывает отсутствие серьезной поддержки со стороны государства, без которой субъекты аграрного сектора пока неспособны самостоятельно решать вопросы восстановления почв. Сократились площади пашен и многолетних насаждений, увеличились площади залежей и малопродуктивных кормовых угодий, снизились размеры посевных площадей, также сократились площади мелиорированных земель, увеличились площади сельскохозяйственных угодий с негативными проявлениями (за 1990-2009 гг. площади с водной эрозией, дефляцией, различными видами деградации увеличились на 23,52 млн. га[2]).

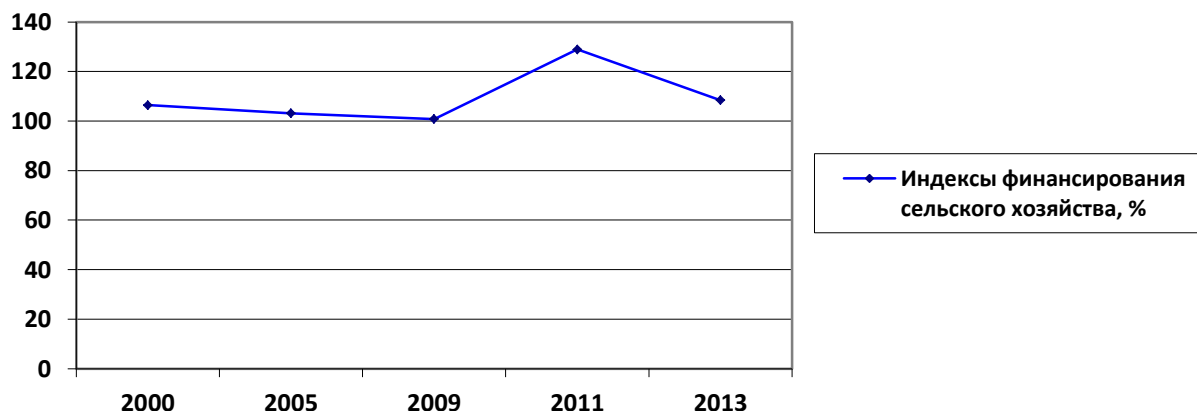


Рис. 1 – Индексы финансирования производства продукции сельского хозяйства в разные периоды времени [3].

Из-за снижения финансирования сельскохозяйственного производства уменьшилась не только площадь территорий, предназначенной для этой отрасли, но и плодородие земли. Однако, не менее важным фактором является неэффективный

государственный контроль за охраной и использованием земель, с целью эффективной нейтрализации или сдерживания процесса вывода земель из хозяйственного оборота. Только государство способно и должно обеспечить необходимые условия для

рационального использования земельного фонда РФ. Согласно Положению о государственном земельном контроле [4], государственный земельный контроль представляет собой соблюдение законодательства требований, норм, правил с целью эффективной охраны и использования земель организациями независимо от их организационно-правовых форм и форм собственности, их руководителями, должностными лицами и гражданами. В соответствии с данным Положением государственный земельный контроль включает в себя: во-первых, контроль за землей как объектом гражданских прав; во-вторых, контроль за землей как природным объектом и природным ресурсом (часть экологического контроля). Государственный земельный контроль на территории Российской Федерации в отношении всех видов и категорий земельных участков как объектов гражданских прав осуществляется Федеральной службой государственной регистрации, кадастра и картографии (или Росреестр) и его территориальными органами. Собственно контроль осуществляется за соблюдением земельного законодательства, требований охраны и использования земель организациями независимо от их организационно-правовых форм и форм собственности, их руководителями, должностными лицами, а также гражданами [5].

В соответствии с Кодексом Российской Федерации об административных правонарушениях (или КоАП) должностные лица, осуществляющие государственный земельный контроль, вправе составлять протоколы об административных правонарушениях. Учетная информация о землях и их состоянии формируется в специальном, установленном законом,

документе - в докладе о состоянии и использовании земель, который Госкомзем ежегодно представляет в Правительство РФ не позднее 30 апреля [6]. Для более эффективного учета земель почти в каждом субъекте РФ существует специальный орган, ведущий необходимую кадастровую деятельность, называемый Управление Федеральной службы государственной регистрации, кадастра и картографии, то есть Росреестр. Он включает в себя систему сведений о расположении земель РФ, их размеров, качественных характеристиках, также информацию о владельцах этих земельных участков и кадастровой оценке земельных участков [7].

Кроме того, Росреестр и его территориальные органы проводят анализ актов органов государственной власти субъектов РФ и органов местного самоуправления, касающихся вопросов земельных отношений, на предмет их соответствия земельному законодательству.

Эффект осуществления государственного земельного контроля за использованием и охраной земель заключается в выявлении и обеспечении устранения нарушений земельного законодательства, исполнении нарушителями земельного законодательства предписаний об устранении нарушений земельного законодательства. Государственный контроль ежегодно осуществляет регулярные проверки для обнаружения правовых и экологических земельных нарушений. И с каждым годом количество таких проверок и выявленных в результате правонарушений постоянно увеличивается, хотя говорить о том, что удастся выявить все нарушения в землепользовании и, тем более, устранить их, пока несвоевременно.

Таблица 1 – Основные формы контроля Государственным контролем за использованием и охраной земель по Кемеровской области [8].

	2010	2011	2013	2014
Общее количество проведенных за год проверок, шт	1943	2975	2935	3469
Выявлено в результате проверок нарушений, шт	934	1612	1580	1813
Устранено из выявленных нарушений, шт	630	1279	1980	1370

Из данных таблицы очевидно, что происходит постоянное увеличение количества проведенных в Кемеровской области проверок (в среднем на 25%), что обеспечивает увеличение выявленных нарушений (в среднем на 30% ежегодно). Однако, количество устраненных нарушений не соответствует изменениям других показателей. Так, например, в 2014 г. процент устраненных нарушений меньше, чем 2013 г., несмотря на большее количество выявленных нарушений. Это позволяет сделать вывод о недостаточной эффективности механизма административной ответственности за нарушения, выявленные государственным контролем. В связи с этим на повестке дня стоит задача совершенствования сложившейся системы контроля землепользования, делая акцент не на количество проведенных проверок, а на реальную полезность от этих проверок. На наш взгляд, к основным направлениям повышения эффективности государственного контроля следует отнести:

1. Проведение обязательной экспертизы по каждому земельному правонарушению для определения реального размера нанесенного ущерба и принуждение организаций, совершившей земельное правонарушение, выплатить не только административный штраф, но и всю

сумму, размер которой будет больше (или равен) суммы нанесенного ущерба;

2. Рассмотрение каждого из выявленных правонарушений на заседаниях специализированных комиссий, проверяющих реальное исполнение наказаний за правонарушение (если не исполнено, то необходимо выяснить причины, что позволит выявлять уровень коррумпированности исполнителей или некомпетентность специалистов, осуществляющих проверки на предприятиях различных отраслей и форм собственности);

3. Установление конкретных сроков для устранения выявленных нарушений и выявление контролируемыми органами несоблюдений условий устранения нарушений в установленный срок которые бы проверяли, устранено ли нарушение в срок и причин не выполнения («затерялось» по причине некомпетентности проверяющих или в результате коррупционных действий);

4. Увеличение общего количества мероприятий по улучшению состояния окружающей среды на уровне каждого региона, особенно ресурсной специализации.

Отметим, что в 2015 г. планируется реализовать 20 совершенно новых проектов в 14 субъектах РФ и 4 проекта на особо охраняемых природных территориях, что создаст

дополнительные возможности для сдерживания отрицательного влияния промышленного развития все более обширных территорий на уровень загрязнения окружающей среды [9]. Эти мероприятия базируются во многом на использовании самых современных инструментов контроля в сфере природопользования. В частности, такого нового инструмента государственной власти РФ, как Государственный кадастр отходов, который был установлен Приказом Минприроды России для усиления государственного контроля по использованию и охраны земель, а также для благоприятного развития окружающей среды. Государственный кадастр отходов начал действовать с 30.09.2011 г. [10]. Он включает в себя федеральный каталог отходов, распределенный по классификациям, информацию о размещении этих отходов и информацию об обезвреживании отходов различных видов; устанавливает процедуры сбора, обработки и систематизации отходов, предоставляет информацию о виде, составе и агрегатном состоянии отходов.

Государственный кадастр отходов (ГКО) можно рассматривать как систему, содержащую общую информацию об отходах с учетом их свойств и отражающей все этапы обращения с отходами. То эту систему можно рассматривать как способ улучшения слежения за количеством и составом отходов на предприятиях. Важной формой развития этого механизма контроля является образование и введение в эксплуатацию электронного сервиса государственной информационной системы «ПТК ГОСКОНТРОЛЬ» - Модуль «Государственный кадастр отходов» от 12.11.2014 г. [11].

Образование ГКО позволило:

- создать новые направления переработки ряда отходов на крупных предприятиях;
- провести оценку подчинения предприятий к требованиям, установленные природоохраняемым законодательством;
- сформировать перечень будущих мероприятий, направленных на снижение негативного воздействия производимых отходов на окружающую среду;
- осуществлять контроль по передвижению отходов;
- систематизировать потоки отходов с целью наилучшего их обезвреживания на всех объектах.

Работа ГКО успешно ведется во всех субъектах РФ. Так, по данным Управления Росприроднадзора по Кемеровской области в 2014 г. предоставлено и переоформлено лицензий на деятельность по обезвреживанию и размещению отходов I-IV классов опасности – 9 шт. Управлением в рамках плановой работы Управлением по взысканию задолженности по плате за негативное воздействие на окружающую среду в 2014 г. подано 41 исковое заявление на сумму 80651, 304 тыс. руб., из которых:

- 12 исковых требований на сумму 13803,330 тыс. руб. удовлетворены;
- 2 предприятия-природопользователя добровольно оплатили задолженность на сумму 11966, 814 тыс. руб.;
- 26 исковых требований на сумму 54614,656 тыс. руб. на рассмотрении суда;
- 1 - отказали в удовлетворении требований [12].

Усиление контроля землепользования со стороны государства позволяет замедлить процесс снижения уровня плодородия почв и ослабить воздействие негативно влияющих на землю факторов, служит

фактором отказа от дешевых, но «грязных» технологий в пользу более дорогих (не безусловно), но значительно более «чистых», «зеленых» технологий.

Литература и источники:

1. Географическая характеристика – [Электронный курс] – URL: http://www.gks.ru/bgd/regl/b09_38/issww.w.exe/stg/d01/01-01.htm
2. Совершенствование землеустройства как инструмент стимулирования сельского хозяйства – [Электронный курс] – URL: <http://www.beintrend.ru/2012-10-05-06-34-05>
3. Федеральная служба государственной статистики – [Электронный курс] – URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/economy/#
4. Положение о Государственном земельном контроле – [Электронный курс] – PDF: <http://www.alppp.ru/law/okruzhayuschaja-sreda-i-prirodnye-resursy/obschie-voprosy/8/postanovlenie-pravitelstva-rf-ot-19-11-2002--833.pdf>
5. Постановление Правительства РФ от 15 ноября 2006 г. N 689 «О государственном земельном надзоре» – [Электронный курс] – URL: <http://base.garant.ru/12150565/>
6. Земельное право России - [Электронный ресурс] - URL: <http://bibliotekar.ru/zemelnoe-pravo-1/48.htm>
7. Земельное право России - [Электронный ресурс] - URL: <http://bibliotekar.ru/zemelnoe-pravo-1/48.htm>
8. Управление федеральной службы государственной регистрации, кадастра и картографии по Кемеровской области – [Электронный курс] – URL:

http://www.to42.rosreestr.ru/kadastr/goszemkontrol/information_zk/

9. По данным ТАСС, РИА Новости, «Прайма» «Экология бьет по экономике» - [Электронный курс] – URL: <http://www.newizv.ru/economics/2015-01-22/213521-ekologija-bet-po-ekonomike.html>

10. ПРИКАЗ от 30 сентября 2011 г. N 792 ОБ УТВЕРЖДЕНИИ ПОРЯДКА ВЕДЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО КАДАСТРА ОТХОДОВ – [Электронный курс] – WORD: http://www.urpnko.bget.ru/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=104&Itemid=281

11. Приказ о вводе в эксплуатацию электронного сервиса государственной информационной системы «ПТК ГОСКОНТРОЛЬ» - Модуль «Государственный кадастр отходов» - [Электронный вариант] – PDF: <http://www.urpnko.bget.ru/doc/pdf/07.11.2014%20%E2%84%96%20701.pdf>

12. ИТОГИ деятельности Управления Росприроднадзора по Кемеровской области в 2014 году – [Электронный вариант] – URL: <http://www.urpnko.bget.ru/>

РАЗВИТИЕ И КРЕДИТОВАНИЕ МАЛОГО БИЗНЕСА В РОССИИ

Т.О. Фирцович

Научный руководитель – Н.И. Гвоздев

В развитых странах доля малого бизнеса в валовом внутреннем продукте составляет около 50%. В России эта доля значительно меньше и составляет 20% [1, с.108].

Малый бизнес является очень важным сектором развития рыночной экономики России. Под малым бизнесом понимается деятельность малых коммерческих организаций в рыночной среде при определенных, установленных законом, государственными органами и другими представительными организациями, критериях. В процессе осуществления коммерческой деятельности каждый индивидуальный предприниматель сталкивается с различными трудностями ведения бизнеса. Эти трудности возникают в силу политической ситуации в России, несовершенства российского законодательства, нестабильности и специфики экономической ситуацией в стране. Общероссийская общественная организация малого и среднего предпринимательства «ОПОРА России» представила отчет о состоянии национального предпринимательского климата и выявила основные проблемы малого бизнеса в России, по мнению индивидуальных предпринимателей за 2012 год [4].

Одной из самых главных проблем стал дефицит кадров. В 2013 году 47% опрошенных предпринимателей столкнулись с проблемой подбора квалифицированного технического персонала. С каждым годом это проблема становится острее и острее.

На втором месте стоит проблема высоких налоговых ставок для малого и среднего бизнеса. «Налоговое бремя» стало причиной ухода с рынка и многих

крупных предприятий. Данная проблема актуальна для 36% предпринимателей [2].

В список самых кричащих проблем вошла низкая доступность финансовых средств. Очень многие предприниматели вынуждены привлекать заемные средства. Чаще всего в качестве заемного капитала выступают кредиты в банке. Проблема же заключается в высоких процентных ставках, в результате чего привлечение заемных средств становится невыгодным для развития малого бизнеса. Данная проблема затронула 22% предпринимателей. Начало предпринимательской деятельности характеризуется значительными финансовыми затратами со стороны индивидуального предпринимателя. Для предпринимательства необходима покупка основных средств: недвижимости, земли, оборудования, различного программного обеспечения, прочих материальных ценностей. Зачастую, для развития предприятия собственного капитала недостаточно и начинающие бизнесмены вынуждены привлекать заемные средства. Для большинства предпринимателей процедура привлечения заемного капитала оборачивается трудностями. Аналогичная ситуация характерна и для субъектов банковской сферы [2].

Выдача кредитов для малого бизнеса, с точки зрения банков, сталкивается со следующими проблемами:

1. Непрозрачность ведения бизнеса индивидуальными предпринимателями;
2. Слабая экономическая и юридическая грамотность большинства индивидуальных предпринимателей;

3. Фактическое отсутствие ликвидных залогов и поручителей у субъектов малого предпринимательства;

4. Недостаточный уровень государственной поддержки малого бизнеса;

5. Риски не возврата кредита банкам от предпринимателей.

Современные кредитные системы, использующие компьютерные технологии, тщательно отсеивает кандидатов на получение кредита, и позволяют быстро определить целесообразность выдачи кредита тому или иному предприятию. В России, подобный анализ проводится человеком, что в разы затрудняет объективную оценку предприятия [3].

Основные проблемы выдачи кредитов для малого бизнеса с точки зрения предпринимателей:

1. Высокие кредитные ставки, почти полное отсутствие льготных кредитов;

2. Очень жесткие условия и неполнота информации при получении кредита;

3. Длительные сроки рассмотрения заявки;

4. Отсутствие реальной государственной поддержки сферы малого бизнеса;

5. Плохая кредитная история предприятия;

Для того чтобы сотрудничество индивидуальных предпринимателей и кредитных

организаций осуществлялось более продуктивно для каждого из участников, необходимо регулирование кредитной сферы со стороны государства с целью поддержания малого и среднего предпринимательства [2].

Чтобы изменить к себе отношение со стороны кредитных организаций и получить зеленый свет, предпринимателям нужно решиться на

изменения. Есть два варианта, которые могут решить эту проблему. Первый вариант заключается в привнесении в свою деятельность одного из приоритетных направлений, на которое охотнее выделяются кредиты. Второй вариант предполагает изменение в управлении, в основу которого закладывается прозрачность взаимоотношений в финансово-экономической области.

Среди прочих проблем названных «Опорой России» является низкая доступность земли и недвижимости в России. Начиная предпринимательскую деятельность, индивидуальным предпринимателям необходима материальная база в виде земельных участков либо недвижимости. Проблема состоит в сложном процессе приватизации и непомерно дорогой рыночной стоимости недвижимости [4].

Результаты «Опоры России» отражают реальную ситуацию в предпринимательской среде. В данном исследовании участвовали около шести тысяч российских предпринимателей, которые помогли выявить слабые места в развитии российского предпринимательства. Для эффективного функционирования малого бизнеса необходимо вносить корректировки в кредитную и налоговую системы и реализовывать различные программы финансовой поддержки малых предприятий.

Статистические данные свидетельствуют о том, что малое предпринимательство стало заметным явлением в экономике России. Сегодня в стране работает более 950 тыс. малых предприятий с численностью постоянно занятых свыше 7,5 млн. человек, зарегистрировано около 2,5 млн. предпринимателей, занимающихся индивидуальной трудовой деятельностью. С учетом работающих по договорам и по совместительству, а

также предпринимателей, работающих без образования юридического лица, в малом предпринимательстве занято около 14 млн. человек.

В экономически развитых странах число малых и средних предприятий достигает 80-99% от общего числа предприятий, в этом секторе экономики сосредоточены две трети трудоспособного населения, производится более половины валового внутреннего продукта. В России же количество малых и средних предприятий составляет 40 – 60% от общего числа предприятий [1, с. 94].

Литература и источники:

1. Особенности кредитования малого и среднего бизнеса в России /Т.Н.Тихунова/Менеджмент сегодня. – 05(47) 2008

2. [Электронный ресурс] // <http://new.opora.ru>

3. [Электронный ресурс] // <http://vfn.su>

4. [Электронный ресурс] <http://www.gks.ru>

ВЗАИМНАЯ ТОРГОВЛЯ РОССИИ И ЕС ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫМИ ТОВАРАМИ

К.А. Шилова

Научный руководитель – Э.И. Казитова

Европейский союз является крупнейшим торговым партнером России. За последнее десятилетие товарооборот между странами ЕС и РФ вырос более чем в 3 раза и к 2012 году достиг 336,5 млрд. евро. Объем экспорта товаров из России в ЕС в период с 2002 по 2012 года увеличился

в 3,5 раза - с 64,49 до 213,3 млрд. евро. Объем импорта из ЕС в Россию за тот же период вырос также в 3,5 раза - с 34,42 до 123,2 млрд. евро. [6] Доля стран ЕС в объеме внешней торговли России традиционно занимает около 50% (таблица 1).

Таблица 1 – Доля ЕС в объеме внешней торговли России за 2012, 2013 и 2014 годы, в %

	2012	2013	Январь-апрель 2013	Январь-апрель 2014
Товарооборот со странами ЕС	48,4	49,0	49,6	49,2
Экспорт в ЕС	52,7	53,5	54,5	53,5
Импорт из ЕС	41,4	41,7	41,2	39,7

Источник: Товарооборот России с Евросоюзом за 4 месяца 2014 года составил 103,2 млрд. долларов [Электронный ресурс] // Министерство экономического развития Российской Федерации. 2014. – Режим доступа: <http://economy.gov.ru/minec/activity/sections/foreignEconomicActivity/201407107>. – Загл. с экрана.

Доли экспорта и импорта и, соответственно, товарооборота в 2012 и 2013 годах стабильно росли. Однако данные 2014 года свидетельствуют о снижении экономической активности. Товарооборот в январе-апреле 2014 вырос на 0,2% по сравнению с соответствующим периодом 2013 года, однако доля ЕС в товарообороте РФ сократилась. Доля экспорта также по сравнению с тем же периодом сократилась, хотя его объем по отношению к показателям по итогам 2013 сохранился. Импорт в январе-апреле резко упал не только в сравнении с 2013 годом, но и стал меньше показателя 2012 года на 1,7%. Все это связано с нестабильной политической ситуацией, санкциями и

продуктовым эмбарго, объявленным Россией.

В 2013 году общая доля экспорта продовольственных товаров и сельскохозяйственной продукции из РФ в ЕС составляла 0,8% (2,3 млрд. долларов США), что является одной самых малых долей в общей статье экспорта товаров в эти страны [7].

Поставляемыми в ЕС являются такие товары как:

- зерновые (в частности, кукуруза, рис и пшеница),
- алкоголь (водка, отдельные сорта пива, ликер),
- рыба и морепродукты,
- мясо,
- подсолнечное масло,
- кондитерские изделия,

- овощи и корнеплоды.

Большую часть экспорта составляют зерновые, поставляемые в такие страны как Испания, Италия, Греция, Нидерланды, Португалия, и алкоголь, поставляемый в Латвию, Германию, Великобританию и Грецию [8].

Общая доля импорта из ЕС в РФ продовольственных и сельскохозяйственных товаров, которая являлась третьим по величине среди прочих импортируемых из ЕС товаров, в 2013 году составила 11,3% (15,2 млрд. долл. США), однако, в связи с ограничениями поставок продовольственных товаров в Россию, ввоз некоторых из них приостановлен [7].

Ввозимыми являлись такие товары как:

- фрукты,
- сыры,
- мясо и мясные продукты,
- алкогольные напитки,
- хлебобулочная продукция,
- макаронные изделия,
- пшеница,
- рыба и морепродукты,
- молоко и молочные продукты,
- овощи и корнеплоды [3].

Одними из главных экспортных категорий продуктов Евросоюзом являлись фрукты, в основном груши и яблоки, которые составляли 9% от общего экспорта ЕС. Наибольший объем импорта яблок в РФ до введения продуктового эмбарго обеспечивала Польша, она составляла более 50% от общего количества импортируемых яблок. Большая часть груш поставлялась из Нидерландов и Бельгии [1].

Второе место в экспорте ЕС в РФ занимали сыры (8% от общего экспорта ЕС). В конце 2012 года большая доля

импорта в Россию приходилась на Литву (18%), Германию (15%), Финляндию (10%), Польшу (7%), Нидерланды (4%) и Францию (3%) [4].

Импорт алкоголя в 2013 году составлял 17% всего импорта РФ из ЕС. Основным поставщиком алкогольной продукции являлась Франция, которая поставляла в Россию вино, шампанское, водку, бренди и коньяк. Помимо Франции, шампанское поставляли также из Италии, водку из Финляндии, Швеции и Польши, вино из Испании и Болгарии. Также в РФ экспортировались виски из Великобритании и Ирландии [3].

Импорт мяса и мясных продуктов ЕС составлял 37% (1,2 млрд. евро) от общего импорта мяса России. Из этого на свинину приходится 29%, говядину – 26%, мясо птицы – 18%. Основные экспортеры – Германия, Нидерланды, Испания, Дания, Франция.

Ввоз овощей в РФ из Европы составлял 769 млн. евро (30% от всего импорта). Это такие продукты как морковь, картофель, капуста, лук, кабачок. Лидерами по экспорту являлись Нидерланды, Польша, Испания, Бельгия, Франция, Греция [5].

Рыба и морепродукты из Европы поставлялись в основном из Норвегии (31,8%), доля же в статье экспорта ЕС практически равна половине норвежской продукции, поставляемой в Россию, - 13%. Поставки осуществлялись из Дании, Латвии, Великобритании, Ирландии, Эстонии, Испании и Франции [2].

Анализируя статьи экспорта и импорта ЕС и РФ можно отметить, что соотношение ввозимых в ЕС продовольственных товаров из России по сравнению с вывозимыми не является соразмерным. Можно сделать вывод, что российский рынок является крупным прибыльным рынком сбыта для Европы, а по отдельным товарным

позициям для некотором стран ЕС экспортообразующим. Зависимость стран ЕС от экспорта собственной продовольственной продукции обернулась для них негативными последствиями, которые стали наблюдаться после введения Россией продуктового эмбарго.

Литература и источники:

1. Европа накормит весь мир: [Электронный ресурс] // Газета.Ру. 1999 - 2014. – Режим доступа: <http://www.gazeta.ru/business/2014/06/24/6083797.shtml>. – Загл. с экрана.
2. Запрещенные к ввозу в РФ продукты и их значение для экономики: [Электронный ресурс] // РИА Новости. 2014. – Режим доступа: <http://ria.ru/spravka/20140807/1019161473.html>. – Загл. с экрана.
3. Импорт пищевой продукции в Россию: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://newsruss.ru/doc/index.php/Импорт_пищевой_продукции_в_Россию
4. Российский рынок сыра активно развивается: [Электронный ресурс] // DairyNews. 2012. – Режим доступа: <http://www.dairynews.ru/news/rossiyskiy-rynok-syra-aktivno-razvivaetsya.html>. – Загл. с экрана.
5. Россия и страны мира. Торговля мясом и мясными субпродуктами в 2001-2013 годах : [Электронный ресурс] // Экспертно-аналитический центр агробизнеса. 2013. – Режим доступа: <http://ab-centre.ru/articles/rossiya-i-strany-mira-torgovlya-myasom-i-myasnymi-subproduktami--v-2001-2013-gg.> – Загл. с экрана.
6. Торговля Россия-ЕС: [Электронный ресурс] // Постоянное представительство Российской Федерации при Европейском союзе. 2014. – Режим доступа: <http://www.russianmission.eu/ru/torgovlya>. – Загл. с экрана.

7. Товарооборот России с Евросоюзом за 4 месяца 2014 года составил 103,2 млрд. долларов: [Электронный ресурс] // Министерство экономического развития Российской Федерации. 2014. – Режим доступа: <http://economy.gov.ru/minec/activity/sections/foreignEconomicActivity/201407107>. – Загл. с экрана.
8. Экспорт пищевой продукции из России: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://newsruss.ru/doc/index.php/Экспорт_пищевой_продукции_из_России. – Загл. с экрана.

ОБОРОТНЫЕ СРЕДСТВА ЭЛЕКТРОЭНЕРГЕТИЧЕСКИХ КОМПАНИЙ

А.Ю. Щербаков

Научный руководитель – О.Л.Никитина

Процесс производства электрической и тепловой энергии требует использования предметов труда (топлива, воды, вспомогательных материалов) и денежных средств, необходимых для расчетов с поставщиками топлива, выплаты заработной платы, процентов по краткосрочным кредитам и т.д. Под оборотными средствами понимают стоимостное выражение предметов

труда, которые целиком потребляются в одном производственном цикле, полностью переносят свою стоимость на изготавливаемый продукт и требуют постоянного воспроизводства в натуральной форме. Оборотные средства меняют свою вещественную форму, переходя из сферы производства в сферу обращения и обратно (рисунок 1).

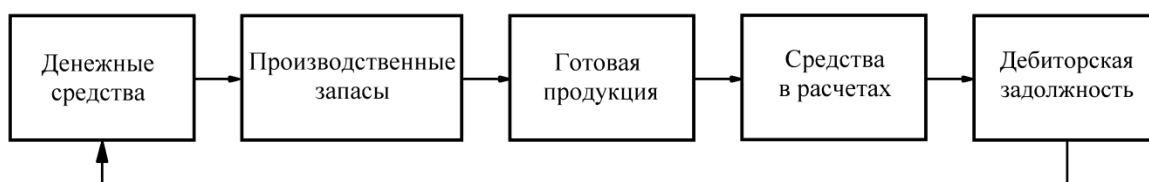


Рис. 1 – Кругооборот оборотных средств

Кругооборот оборотных средств начинается в сфере обращения, где он меняет денежную форму на форму производственных запасов, что соответствует оплате счетов поставщиков товарно-материальных ценностей, в том числе топлива, запасных частей, основных и вспомогательных материалов и пр.

На второй фазе производственные запасы в процессе производства приобретают товарную форму в виде электрической и тепловой энергии, передаваемой потребителям. В отличие от других отраслей промышленности производственная фаза энергетического производства кратковременна, так как процесс производства продукции и ее потребление совпадают.

Третья фаза кругооборота заключается в реализации переданной потребителям энергии, в результате чего готовая продукция принимает

денежную форму. Отличительная особенность электроэнергии и тепла как товара состоит в том, что энергия сначала потребляется, а потом оплачивается, поэтому фаза реализации по времени может быть длительной, так как получение средств за потребленную энергию зависит от платежеспособности потребителей и их финансовой дисциплинированности. На средства, полученные от реализации энергии, снова закупаются топливо, материалы и цикл повторяется [1].

В зависимости от сферы использования в составе оборотных средств (рисунок 2) выделяются:

- оборотный капитал в сфере производства, имеющий в основном материально-вещественную форму;
- оборотный капитал в сфере обращения, обслуживающий кругооборот средств компании.

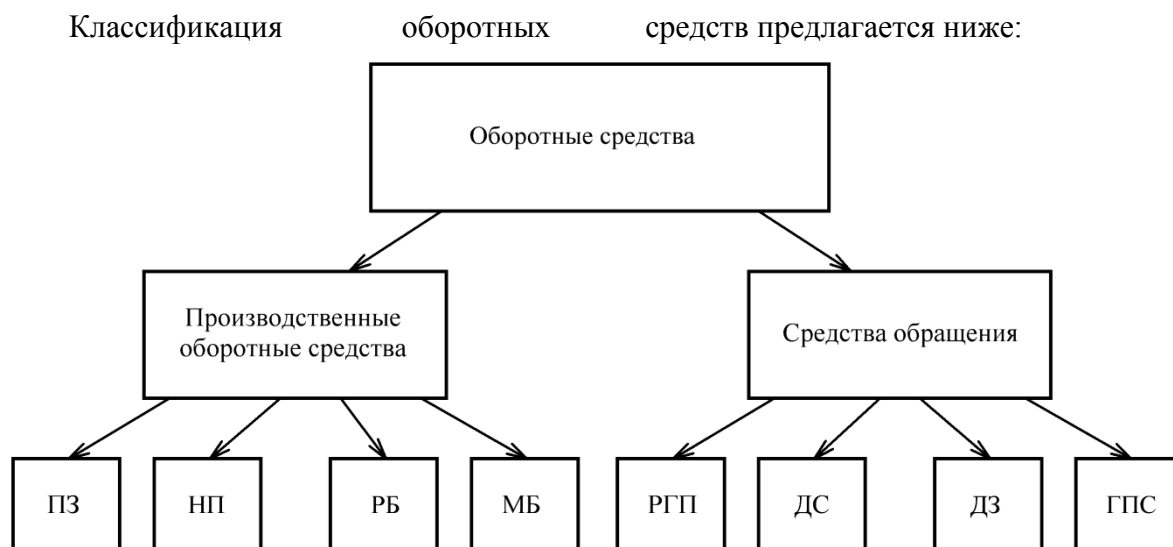


Рис. 2 – Классификация оборотных средств

К производственным оборотным средствам относятся:

- производственные запасы сырья, топлива, основных и вспомогательных материалов, запасных частей, полуфабрикатов (ПЗ);
- незавершенное производство включает в себя стоимость продукции, находящейся в данное время в стадии изготовления (НП);
- расходы будущих периодов - это затраты на подготовку к выпуску новой продукции, НИР, ОКР (РБ);
- малоценный и быстроизнашивающийся инвентарь, инструменты, срок службы которых менее 1 года (МБ).

К средствам обращения можно причислить:

- изготовленную и находящуюся в процессе реализации готовую продукцию (РГП);
- имеющиеся в распоряжении предприятия денежные средства, необходимые для выплаты заработной платы, закупки сырья, материалов (ДС);
- дебиторскую задолженность (ДЗ);
- продукцию на складе (ГПС) [2]

Оборотный капитал в сфере производства включает в себя:

- К производственным запасам относят материально-технические ресурсы, поступившие на склад компании или ее подразделения, но еще не использованные в процессе производства. Производственные запасы предназначены для потребления в производственном процессе обеспечения его непрерывности.

Для энергетического производства не характерны запасы сырья, запасы основных материалов и покупных полуфабрикатов в основном создаются в сфере ремонтного производства. Топливные запасы создаются в производстве электрической и тепловой энергии. Вид топлива, запасаемого на складах, зависит от вида рабочего и резервного топлива, на котором работают парогенераторы и котлы. Запасы вспомогательных материалов и запасных частей схожи с принципами другими типами производств.

- К незавершенному производству и полуфабрикатам относятся детали и узлы, не прошедшие всех этапов обработки, предусмотренных технологией. В силу технологической невозможности создания

полуфабрикатов и незавершенного производства электрической и тепловой энергии, данные составляющие оборотного капитала не характерны для производства электро- и тепло-энергии и имеют место только в ремонтном производстве.

- Расходы будущих периодов представляют затраты на подготовку, ремонт и освоение производства, подлежащие погашению в будущем.

- Малоценные и быстроизнашивающиеся предметы — это специальные инструменты и специальные приспособления, предназначенные для производства продукции и выполнения ремонтов, специальная и форменная одежда, специальная обувь, предназначенная для выдачи работникам предприятия, производственно-хозяйственный инвентарь.

Специфика оборотного капитала энергетических компаний в сфере обращения заключается:

- В отсутствии готовой продукции на складах компании, так как технология аккумулирования электрической энергии не позволяет экономичным образом запасать электрическую энергию в больших объемах. Создание запасов тепловой энергии возможно путем аккумулирования горячей воды в баках-аккумуляторах. Однако такая технология не нашла в отечественной практике широкого применения в виду необходимости вложения дополнительных затрат, не всегда оправданных в условиях централизованного теплоснабжения потребителей от ТЭЦ и котельных.

- В отсутствии готовой продукции в пути, так как процессы производства, передачи и потребления электрической энергии протекают одновременно. Транспорт тепла по тепловым сетям в виде пара или горячей воды требует

определенного периода времени для передачи (прокачки) теплоносителя до потребителей, в результате часть тепловой энергии концентрируется в тепловых сетях. Однако в отличие от продукции других отраслей, не утрачивающей своих потребительских свойств при использовании любого вида транспорта (не исключая транспорта газа и нефти по трубопроводам).

- В наличии в составе оборотного капитала дебиторской задолженности.

Дебиторская задолженность – это сумма долгов, причитающихся компании от юридических или физических лиц в процессе хозяйственных взаимоотношений с ними.

Для энергетических компаний дебиторская задолженность представляет собой долг потребителей за потребленную, но не оплаченную электрическую и тепловую энергию и оказанные услуги по передаче энергии.

Из выше сказанного видно, что составляющие оборотных средств сильно отличаются от прочих производств. Также существуют отличия и внутри энергетического бизнеса, в зависимости от характера деятельности компании. Будь то генерация, передача, сбыт или ремонтная деятельность. Особо хочется отметить, что в структуре оборотного капитала энергетических компаний в современных условиях наибольшую долю 60% составляет абонентская задолженность, в то время как в условиях нормальной платежной дисциплины она, как правило, не превышает 15-20%.

Литература и источники:

1. Никитина О.Л. Учебное пособие к лекционным занятиям по дисциплине «Экономика энергетики»: учебное пособие для студентов всех форм обучения по направлению подготовки

140400 «Электроэнергетика и электротехника»/О.Л. Никитина.- Барнаул: Изд-во АлтГТУ, 2014 -76 с. – Режим доступа: http://new.elib.altstu.ru/eum/download/mt/Nikitina_energet.pdf

2. Обратные средства энергопредприятий [Электронный ресурс]. – Загл. с экрана. – Режим доступа : <http://lib.rosenergосervis.ru/ekonomika-elektroenergetiki>

ОТРАСЛЕВАЯ ЭКОНОМИКА

АНАЛИЗ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ ОАО «КЕМЕРОВОСПЕЦСТРОЙ» С БАНКОВСКОЙ СИСТЕМОЙ

С.А. Аксенова

Научный руководитель – Т.Н. Свистунова

ОАО «Кемеровоспецстрой» более сорока пяти лет является крупнейшим участником строительного рынка Кузбасса. Компанией ОАО «Кемеровоспецстрой» построены десятки километров сетей водоснабжения и канализации в Кемерово и городах Кузбасса.

ОАО «Кемеровоспецстрой» является членом Саморегулируемой организации Некоммерческое партнерство строительных организаций Кемеровской области «ГЛАВКУЗБАССТРОЙ» и имеет допуск к различным видам строительных работ, таких как: геодезические работы; подготовительные работы; земляные работы; свайные работы; устройство бетонных и железобетонных монолитных конструкций; монтажные работы; устройство автомобильных дорог, железнодорожный и трамвайных путей; устройство мостов, эстакад и путепроводов; промышленное строительство.

Достаточный для успешной экономической деятельности объем финансовых средств необходим каждой организации. В данной работе рассматривается вопрос о возможности получения денежных средств предприятием у банковской системы.

Условия выдачи клиентам кредитов коммерческими банками дифференцируются в зависимости от рейтинга кредитоспособности. Кредитоспособность – комплексная характеристика, позволяющая оценить возможность предприятия полностью и в срок рассчитаться по своим долговым обязательствам перед кредитором, а также определяющая степень риска банка при кредитовании конкретного заемщика.

Банковская система и предприятие должны строить отношения по двум направлениям: формирование оборотных средств и инвестирование в основной капитал. Первое направление связано с обслуживанием текущей деятельности, второе служит обновлению производства. Параллельное решение названных задач возможно при условии, что предприятие обладает собственными оборотными средствами, а размер чистой прибыли и амортизационных отчислений достаточен для своевременного возврата долгосрочного кредита.

При анализе взаимоотношений с банковской системой определены:

1- рейтинг ОАО «Кемеровоспецстрой» в качестве ссудозаемщика;

2-целесообразность для ОАО «Кемеровострестрой» банковских заимствований.

Исходные данные по предприятию приведены в табл. 1.

Таблица 1 – Исходная информация:

Показатели	2012 г.	2013 г.
1. Выручка от продаж, тыс.р.	1629863	1453688
2. Прибыль от продаж, тыс.р.	(34564)	157062
3. Прибыль до налогообложения, тыс.р.	56925	146137
4. Денежные средства и краткосрочные финансовые активы, тыс.р.	162250	97193
5. Дебиторская задолженность, тыс.р.	186409	280477
6. Оборотные активы, тыс.р.	1031436	924806
7. Заёмные средства, тыс.р.	996667	823139
8. Собственные средства, тыс.р.	238491	277937
9. Валюта баланса, тыс.р.	1235158	1101076
10. Краткосрочные заёмные обязательства, тыс.р.	944678	695853

Для определения рейтинга кредитоспособности предприятия использована методика Сбербанка РФ.

показатели представленные в табл.2 (информация «Бухгалтерского баланса» принята в среднегодовом значении).

Для оценки финансового состояния заемщика используются

Таблица 2

Показатель	Способ расчета	2012 г.	2013 г.
K_1 - коэффициент абсолютной ликвидности	сумма денежных средств и краткосрочных финансовых вложений/сумма краткосрочных заёмных обязательств	0,17	0,14
K_2 - промежуточный коэффициент покрытия;	сумма денежных средств, краткосрочных финансовых вложений, дебиторской задолженности/сумма краткосрочных заёмных обязательств	0,37	0,54
K_3 - общий коэффициент покрытия;	сумма оборотных активов/ сумма краткосрочных заёмных обязательств	1,12	1,82
K_4 - коэффициент соотношения собственных заёмных средств;	сумма собственных средств/сумма заёмных средств	0,24	0,34
K_5 - уровень рентабельности предприятия.	прибыль до налогообложения/валюта баланса	0,05	0,13

Каждому из названных показателей присваивается категория на основе сравнения с расчетными значениями приведёнными в табл.3.

Таблица 3 – Категории показателей оценки

Коэффициенты	I категория	II категория	III категория
K_1	0,21 и выше	0,15-0,2	менее 0,15
K_2	0,81 и выше	0,5-0,8	менее 0,5
K_3	2,1 и выше	1-2	менее 1
K_4	1,1 и выше	0,7-1,0	менее 0,7
K_5	0,15 и выше	менее 0,15	нерентабельное предприятие

В табл.4 показана динамика категорий оценки без и с учётом коэффициентов значимости.

Таблица 4

Коэффициенты	Категории оценки			
	Без учёта коэффициента значимости		С учётом коэффициента значимости	
	2012 г.	2013 г.	2012 г.	2013 г.
K_1	2	3	0,22	0,33
K_2	3	2	0,15	0,1
K_3	2	2	0,84	0,84
K_4	3	3	0,63	0,63
K_5	2	2	0,42	0,42
Итого:			2,26	2,32

Рассчитывается общая сумма баллов (S) с учетом следующих коэффициентов значимости каждого показателя:

$$K_1 = 0,11, \quad K_2 = 0,05, \quad K_3 = 0,42, \quad K_4 = 0,21, \quad K_5 = 0,21.$$

Устанавливаются 3 класса заемщиков:

- первоклассные, кредитование которых не вызывает сомнения;
- второклассные – кредитование которых требует взвешенного подхода;
- третьеклассные – кредитование которых связано с повышенным риском.

Рейтинг определяется на основе суммы баллов по пяти коэффициентам (S), представляющих произведение категории показателя и его коэффициента значимости.

Сумма баллов S влияет на рейтинг заемщика следующим образом:

- при $S=1$ или $1,05$ – заемщик может быть отнесен к 1 классу кредитоспособности;
- при $1,05 < S < 2,42$ – заемщик может быть отнесен к 2 классу кредитоспособности;
- при $S \geq 2,42$ – соответствует 3 классу кредитоспособности.

Таким образом, можно сказать, что предприятие относится в 2012-2013 гг. ко 2 классу кредитоспособности. Кредитование данного предприятия требует взвешенного подхода.

Обратим внимание на значения финансовых коэффициентов, которые определяют рейтинг ОАО «Кемеровоспецстрой» в качестве ссудозаемщика. Наибольший коэффициент значимости имеет общий

коэффициент покрытия (0,42), а самую низкую категорию оценки (3) - коэффициент соотношения собственных и заемных средств (К4). Чтобы увеличить значения общего коэффициента покрытия, необходимо уменьшить сумму краткосрочных заемных обязательств, кредиторскую задолженность, в первую очередь, и одновременно увеличить суммы денежных средств для погашения обязательств. Известные пути снижения кредиторской задолженности - это:

- увеличение периода предоставления поставщиками товарного кредита;
- сокращение затрат на приобретение материалов;
- сокращение расходов на командировки, рекламу;
- реструктуризация кредиторской задолженности, т.е. определение очередности погашения.

Увеличение денежного потока достигается:

- Сн- ставка налога на прибыль, %
 - Ск – процентная ставка за кредит, %
 - КР – экономическая рентабельность активов;
- $$КР = \frac{\text{Прибыль до налогообложения}}{\text{Итог (валюта) баланса}} * 100\%.$$
- ЗК – заёмный капитал, тыс.р.
 - СК – собственный капитал, тыс.р.

Кредит дает возможность эффективнее организовать оборот средств, не затрачивать значительные финансовые ресурсы на создание лишних запасов сырья и материалов, ускоряет движение денежных и материальных ресурсов и содействует повышению эффективности финансово-хозяйственной деятельности.

Главная цель разработки мер по улучшению финансового состояния - улучшить платежеспособность организации для более эффективной

- переводом части ликвидных оборотных активов в денежные средства (ускорение инкассации дебиторской задолженности заказчиков, увеличение размера ценовой скидки при предоплате и своевременной оплате выполненных работ).

- переводом ликвидных внеоборотных активов в денежные средства (сдача в аренду или продажа основных фондов)

Увеличение размера собственных средств достигается путём зарабатывания прибыли за счёт увеличения объёма работ и снижения затрат на рубль стоимости работ.

Целесообразность банковских заимствований имеет место не всегда. Банковские заимствования выгодны, когда рентабельность собственного капитала выше рентабельности заёмного. Для оценки целесообразности рассчитывается эффект финансового рычага: $ЭФР = (1 - С_n) * (КР - С_k) * ЗК / СК$.

ЭФР определён при процентной ставке за кредит 17% для 2012 и 2013 годов.

2012 год:
 $ЭФР = (1 - 0,2) * (56925 / 1235158 * 100 - 17) * 996667 / 238491 = -41,45\% \Rightarrow$
 банковские кредиты нецелесообразны.

2013 год:
 $ЭФР = (1 - 0,2) * (146137 / 1101076 * 100 - 17) * 823139 / 277937 = -8,83\% \Rightarrow$
 банковские кредиты нецелесообразны.

хозяйственной деятельности и удовлетворения требований кредиторов.

Источниками погашения кредита, полученного предприятием, могут быть:

- выручка от реализации продукции, которую получит предприятие в процессе реализации проекта кредитования;
- выручка от реализации продукции собственного производства, не связанного с проектом кредитования.

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ХИМИЧЕСКОГО КОМПЛЕКСА РОССИИ

М.Р. Ахметова

Научный руководитель – Н. Е. Гегальчий

Химический комплекс является стратегической составляющей промышленности России, имеет огромное общехозяйственное и оборонное значение для развития экономики страны. Он включает в себя 10 крупных подотраслей, специализирующихся на выпуске разнообразной химической продукции. Такие как: неорганическая химия (производство аммиака), органическая химия (акрилонитрил, фенол), силикатные производства, нефтехимия (бензол, этилен, стирол), агрохимия (удобрения, пестициды), полимеры (полиэтилен, бакелит, полиэстер), эластомеры (резина, неопрен, полиуретаны), взрывчатые вещества (нитроглицерин, нитрат аммония), фармацевтическая химия (лекарственные препараты), парфюмерия и косметика (кумарин, ванилин, камфара). В химическом и нефтехимическом комплексе насчитывается около 1000 крупных и средних предприятий по выпуску химической и нефтехимической продукции, более 100 научных и проектно-конструкторских организаций. В отрасли занято более 1 млн. человек, примерно 70% выпускаемой продукции потребляется в других отраслях [2].

Предприятия химического комплекса размещены во всех федеральных округах и в 71-м субъекте Российской Федерации. Наибольшее развитие отрасль получила в четырех федеральных округах: Приволжском (43,5 %), Центральном (24,4 %), Сибирском (11,2 %) и Южном (10,4 %) округах.

Главной особенностью химического комплекса России является его концентрированность, когда в одном месте собрано большое количество химических производств. В результате существуют как химические моногорода (то есть города, полностью зависящие от одного предприятия), например, Саянск или Березники, так и крупные города, большая часть населения которых так или иначе связана с химической промышленностью. Характерным примером может служить Ангарск, построенный при нефтехимическом комбинате, занимавшемся нефтепереработкой, производством масел, полимеров и другим, а затем расширился за счет целого ряда химических производств, среди которых завод химических реактивов, бытовой химии, пластмасс, азотно-туковой и ряд других.

Химический и нефтехимический комплекс по праву являются одним из важнейших факторов инновационного развития в России. В первую очередь это относится к уровню развития и использования химической продукции. В 2012 году экспортировано 57,2% производственного сырья, 46,2% нефти и 28,6% газа. Россия при достаточной обеспеченности сырьем производит чуть более 2% химической продукции от мирового объема, что в 5 раз меньше мировых показателей. Однако по отдельным ее видам, например, по выпуску аммиака и карбамида, российские компании контролируют 15% мирового рынка, а также треть международной торговли этими продуктами [1]. Низок уровень потребления химической продукции на душу населения: порядка 4-5 кг/год

против среднемирового показателя – 30-32 кг/год.

Среди отраслей обрабатывающей промышленности химический комплекс имеет один из самых высоких показателей производительности труда. Но он значительно ниже, чем в других развитых странах [2].

На сегодняшний день отставание в производстве и потреблении продукции химического комплекса может привести к неконкурентоспособности производимых на их основе продуктов в промышленности, сельском хозяйстве, строительстве. И это ставит ее в зависимость от импорта. В общем объеме импорта почти 22% - изделия из пластмасс, 20% - пластмассы и синтетические смолы, 15% - шины и резино-технические изделия, более 7% - лакокрасочные материалы. Импорт постоянно растет и составляет более 30 млрд долларов. В сложившейся ситуации самое главное, что большинство этих продуктов можно производить на отечественных предприятиях [1].

Простые количественные сопоставления говорят о том, какой скачок должна сделать отечественная химический комплекс, чтобы избавить экономику от критической зависимости импорта. Объем отраслевых продаж в России составляет всего 35-40 млрд долларов в год. Соответствующий показатель в США – 425 млрд долларов в год, Германии – 200, во Франции – 150, в Китае – 270-300 млрд долларов в год [3].

Еще одной важной проблемой химического комплекса является изношенность основных фондов. Установленное на российских предприятиях технологическое оборудование крайне отсталое (сроки эксплуатации значительной его части составляют 20 и более лет). Для сравнения, на предприятиях

химического комплекса в США срок службы оборудования в среднем составляет около 6 лет. Степень износа основных производственных фондов по химическому комплексу в целом превышает 57%, а оборудования достигает почти 68%, а по отдельным производствам степень износа оборудования составляет свыше 80%, а на некоторых – 100% (производство соды кальцинированной, полистирола и сополимеров стирола).

Но не смотря на проблемы и самые неподходящие условия работы 2013 года (стагнация мировой экономики, непростая ситуация со спросом на товары, ухудшение показателей прибыли и т.д.) химические предприятия практически по всем продуктам, если рассматривать их выпуск в натуральном выражении, улучшили аналогичные показатели предшествовавшего ему года. В этот период 2013 году и в начале 2014 года произошло несколько событий, продвигающих нашу страну и химию вперед. Открытие ПАО «СИБУР» нового пропилен-полипропиленовый завод «Тобольск-полимер» мощностью 500 тысяч тонн. При выходе предприятия на полную мощность России не понадобится закупать этот пластик и страна превратится в экспортера. «Роснефть» заявила о строительстве нового нефтехимического комплекса, ориентированного на растущий внутренний спрос на полимеры и другие химические продукты. Компании «Акрон», «Пигмент», «Куйбышевазот», «Щекиноазот» и сотни других предприятий продолжают совершенствовать продукцию, модернизировать технологии, повышать качество продукции и осваивать новую [4].

При всей сложности ситуации химического комплекса, имеются предпосылки и возможности,

необходимые для создания развитой, диверсифицированной отрасли, среди которых:

- значительные базовые энерго-сырьевые, водные и иные природные ресурсы;

- наличие емкого быстрорастущего внутреннего рынка, с потенциалом импортозамещения;

- наличие достаточно мощного производственного и научно-технического потенциала.

Литература и источники:

1. Иванов В. Зачем нужна новая стратегия / В. Иванов // Международный химический журнал

«Химия и бизнес». – 2013. - № 5-6. – С. 10.

2. Иванов В. В новых условиях, к новым позициям / В. Иванов // Международный химический журнал «Химия и бизнес». – 2014. - № 1. – С. 7.

3. Кудинова О.Н. Трудный путь отечественной химической промышленности / О.Н. Кудинова // Вестник химической промышленности, М: НИИТЭХИМ. – 2014. - №1. – С. 13.

4. Нефтехимия Российской Федерации, 2011. - №5. - С. 14-15

ОЦЕНКА ВЕРОЯТНОСТИ БАНКРОТСТВА ООО «ПРО»

Ю.В. Батушева

Научный руководитель – Т.Н. Свистунова

ООО «Про» зарегистрировано в г. Москва 11 января 2005г. 29 июня 2005г. Поставлено на налоговый учет и осуществляет собственную деятельность в г. Кемерово. ООО «Про» считается аффилированным предприятием ООО «УГМК-Холдинг». Уральская горно-металлургическая компания входит в число крупнейших фирм страны, объединяет пятьдесят компаний отрасли промышленности (горнодобывающая, цветная и черная металлургия, машиностроение, строительство, девелопмент и сельское хозяйство).

ООО «Про» является заказчиком-застройщиком. В его функции входит организация строительства и технический контроль над строительством. Выручка от продаж услуг формируется как процент от объема строительно-монтажных работ, выполненных подрядчиком.

Преимущество фирмы в том, что наряду с достойным уровнем строительства и применением передовых технологий, стоимость жилья сориентирована на покупателя, имеющего средний доход. Все это позволяет компании жестко конкурировать на рынке домостроения и добиваться хороших результатов.

В 2007г. Сдан в эксплуатацию первый жилой дом №1 (406 квартир) общей площадью более 25,8 тыс.кв.м. Именно на данном доме был торжественно введен в эксплуатацию символический миллионный квадратный метр жилья в Кузбассе с участием Губернатора Кемеровской области А.Г.Тулеева.

ООО «Про» является крупнейшим застройщиком города Кемерово. На сегодняшний день с его помощью: -

сдано 11 жилых домов на 1840 квартир, коммерческие помещения, с общей площадью около 8000 кв.м., 500 парковочных мест и сдан дом в поселке Кедровка; - введены в эксплуатацию подземные паркинги на 148 машиномест, расположенные в междворовой территории; - введена в эксплуатацию новая цифровая школа и 2 детских сада; - введен в эксплуатацию многоэтажный паркинг на 584 машиноместа, оборудованный автомойкой и шиномонтажной мастерской.

Компания ООО «Про» победитель премии «Бренд Кузбасса – 2013» в номинации «Лучший Бренд Кузбасса» за формирование лучшего образа комфортной и доступной жизни в микрорайоне «Серебряный бор».

Основным объектом является строительство современного жилого микрорайона «Серебряный бор», общей площадью более 370000 кв.м. (5000 квартир). При проектировании данного микрорайона, проектировщиками были предусмотрены и реализованы все преимущества комплексной застройки, среди которых можно выделить следующие: 1. Рудничный район располагается на правом берегу реки Томь, в экологически благоприятном месте, по соседству с естественным природным ландшафтом (сосновый бор), в 10-15 минутах езды от центра города. Район имеет развитую транспортную инфраструктуру.

2. Жилой фонд микрорайона составляют индивидуальные жилые дома. В проекте предусмотрены дома повышенной комфортности высотой от 6 до 18 этажей, с различными планировками квартир, а также благоустройство прилегающих территорий.

3. Комплексная застройка микрорайона включает строительство четырёх детских дошкольных учреждений (детские сады с бассейном), двух среднеобразовательных школ, общеврачебной практики, центра развития и здоровья ребёнка, спортивно-оздоровительного центра и других объектов соцкультбыта.

4. Микрорайон делится на три самостоятельных градостроительных комплекса. В каждом из них предусмотрено строительство подземных автостоянок на междворовых территориях и в жилых домах.

5. Застройка жилого комплекса предполагает новые архитектурные решения. При строительстве жилых домов используются технология монолитного каркаса с заполнением кирпичными стенами с эффективным утеплением. В микрорайоне организована многоступенчатая система безопасности: закрытые дворы, шлагбаумы, видеокамеры.

При оценке технико-экономических показателей ООО «Про» за 2012-2013г.г., можно сделать следующие выводы: Выручка от продаж услуг упала на 20%, прибыль до налогообложения и чистая прибыль возросла в несколько раз.

Одной из главных задач аналитика является предотвращение угроз банкротства. В условиях финансового кризиса РФ – эта проблема особенно актуальна.

Современная экономическая наука предлагает несколько подходов для оценки состояния предприятия с точки зрения возможности банкротства.

I. Прогнозирование показателей платежеспособности. Метод основан на понятиях «неудовлетворительная структура баланса» и «неплатежеспособность предприятия» и предполагает систему финансовых коэффициентов для оценки ситуации:

1) Коэффициент текущей ликвидности

$$(K1 = \frac{\text{оборотные активы}}{\text{краткосрочные заемные обязательства}})$$

Данный коэффициент в ООО «Про» в 2012 и 2013 годах составил 0,5 и 0,6. При критериальном значении на конец года не меньше 2.

2) Коэффициент обеспеченности оборотных активов собственными средствами

$$(K2 = \frac{\text{наличие собственных оборотных средств}}{\text{оборотные активы}})$$

На конец 2012 и 2013 гг. ООО «Про» не имело собственных оборотных средств, поэтому значения коэффициента составили – 1 и -0,7. При критериальных значениях не менее 0,1.

В этом случае структура баланса считается неудовлетворительной, а предприятие неплатежеспособным.

3) Коэффициент восстановления платёжеспособности в течении 6

$$\text{месяцев } (K3 = \frac{K1ф + \frac{6}{T}(K1ф - K1н)}{K1норм})$$

где K1ф и K1н – значение коэффициента в конце и начале отчетного периода; K1норм – критериальное значение коэффициента равно 2; 6 – период восстановления платежеспособности, мес.) Данный коэффициент в ООО «Про» в 2012 и 2013 годах составил 1,19 и 1,31 соответственно.

Коэффициент восстановления платежеспособности K3, принимающий значение больше 1, говорит о наличии у предприятия реальной возможности восстановить платежеспособность в течении 6 месяцев.

II. Использование неформальных критериев. Неформальные критерии – те критерии, неблагоприятное изменение которых свидетельствует о реальной угрозе финансовых затруднений. Это: - снижение выручки от продаж на 20%;- отсутствие собственных оборотных средств; - рост размера дебиторской задолженности на 40%- низкий рейтинг предприятия в

качестве ссудозаемщика (ООО «Про» - заемщик 3его класса по методике Сбербанка РФ, кредитование которого связано с повышенным риском).

III. Расчет индекса кредитоспособности. Среди этой группы методик наиболее известен Z-критерий Альтмана. Но он может быть применен в России только для АО, акции которых свободно продаются на рынке ценных бумаг, т.е. имеют различную стоимость.

Британские ученые Р.Тафлер и Г.Тишоу предположили 4ех-факторную модель Z-счета:

$$Z=0,53*X1+0,13*X2+0,18*X3 +0,16*X4,$$

$$\text{где } X1 = \frac{\text{прибыль от продаж}}{\text{краткосрочные заемные обязательства}};$$

$$X2 = \frac{\text{оборотные активы}}{\text{сумма обязательств}};$$

$$X3 = \frac{\text{краткосрочные заемные обязательства}}{\text{итог (валюта)баланса}};$$

$$X4 = \frac{\text{выручка от продаж}}{\text{итог (валюта)баланса}}.$$

Пороговое значение Z-счета 0,2; чем больше значение Z-счета, тем вероятность банкротства меньше.

Для ООО «Про» оба года значение Z-счета равно 0,3, следовательно, вероятность банкротства мала.

Ученые Иркутской государственной экономической академии предложили свою 4ех-факторную модель прогноза риска банкротства (модель R-счета):

$$R=8,38*K1+K2+0,054K3+0,63*K4,$$

$$\text{где } K1 = \frac{\text{оборотные активы}}{\text{итог (валюта)баланса}};$$

$$K2 = \frac{\text{чистая прибыль}}{\text{собственный капитал}};$$

$$K3 = \frac{\text{выручка от продаж}}{\text{итог (валюта)баланса}};$$

$$K4 = \frac{\text{чистая прибыль}}{\text{себестоимость проданных услуг}}.$$

Для ООО «Про» оба года значения R больше 0,42, т.е. вероятность банкротства минимальна (до 10%).

Таким образом, для анализируемой организации по всей

совокупности методик вероятность банкротства мала.

Для улучшения финансового состояния организации в будущем можно сформулировать следующие конструктивные предложения:

1) Увеличить размер выручки от продаж за счет: - оказания консультационных и образовательных услуг по сметным и юридическим вопросам; - поиска новых инвесторов; - обоснования повышения процента от объема строительно-монтажных работ, выполненных подрядчиками.

2) Сократить размер дебиторской задолженности подрядчиков, постоянно отслеживая факт оплаты, начисляя штрафы за просрочку платежей, материально поощряя работников, которым удалось реализовать дебиторскую задолженность.

3. Ликвидировать отсутствие собственных оборотных средств путем зарабатывания прибыли, и возможно, за счет банковского кредита.

**АНАЛИЗ СЕБЕСТОИМОСТИ УСЛУГ ООО «СДС-СТРОЙ»
И ПУТИ ЕЕ СНИЖЕНИЯ**

К.А. Герман

Научный руководитель – Т.Н. Свистунова

ООО «СДС-Строй» осуществляет следующие виды деятельности:

- Оказание услуг заказчика-застройщика;
- Продажа квартир населению;
- Оказание услуг бетоносмесителей;
- Производство товарного бетона;
- Реализация приобретенных строительных материалов;
- Сдача имущества в аренду.

Себестоимость – это денежное выражение непосредственных затрат предприятия на производство и реализацию продукции.

Структура себестоимости по элементам затрат:

1) Материальные затраты: сырье, материалы, комплектующие изделия,

топливо, энергия, общепроизводственные затраты.

2) Оплата труда: основного, вспомогательного, интеллектуального персонала, служащих, младшего обслуживающего персонала.

3) Отчисления на социальные мероприятия.

4) Амортизация основных средств.

5) Прочие (накладные расходы, непосредственно связанные с производством и реализацией; маркетинговые расходы и т.п.).

Рассмотрим показатели абсолютной суммы затрат и уровня себестоимости.

Информация о стоимости, себестоимости, прибыли от реализации приведена в табл. 1.

Таблица 1 – Исходная информация

Показатели	Условные обозначения	
	2012 г.	2013 г.
Стоимость услуг, тыс. р.	369 429	154 950
Себестоимость работ, тыс. р.	318 027	132 712
Прибыль от продаж, тыс. р.	51 402	22 238
Затраты на 1 рубль стоимости услуг, р.	0,861	0,856
Прибыль на 1 р. стоимости услуг, р.	0,139	0,144

Уменьшение абсолютной суммы себестоимости на 185315 тыс. р. объясняется:

1- уменьшением стоимости услуг на 214497 тыс. р., что уменьшило абсолютную сумму затрат на 184666 тыс. р.

2- снижением затрат на 1 рубль стоимости услуг, что уменьшило абсолютную сумму затрат на 649 тыс. р.

Снижение затрат на 1 рубль стоимости услуг сопровождается ростом прибыли на 1 рубль стоимости услуг и одновременно снижением общей суммы прибыли от продаж.

Снижение абсолютной суммы прибыли составило 29164 тыс. руб., в т. ч. за счет: снижения стоимости услуг 29812,58 тыс. р.

Рост прибыли на 1 рубль стоимости услуг увеличил размер прибыли от продаж на 649 тыс. р.

Снижение абсолютной суммы затрат и прибыли от продаж за счет снижения стоимости услуг оценивается нейтрально. Снижение затрат на 1 рубль стоимости услуг является положительным результатом деятельности ООО «СДС-Строй», поэтому представляют интерес факторы, обеспечивающие этот результат.

Поэлементная группировка себестоимости и интегральный метод факторного анализа позволяют дать качественную оценку следующим факторам, объясняющим динамику затрат на 1 рубль стоимости услуг:

- 1- материалоотдача (m);
- 2- средняя заработная плата работника с отчислениями на социальные нужды (z);
- 3- средняя годовая выработка работника (w);
- 4- средняя норма амортизации (a);
- 5- фондоотдача (f);
- 6- эффективность «прочих затрат» (n).

Обобщающий показатель – затраты на 1 рубль стоимости услуг (h) – можно разложить на частные показатели и записать в следующем виде:

$$h = \frac{M+Z+A+N}{O} = \frac{1}{m} + \frac{z}{\omega} + \frac{a}{f} + \frac{1}{n} \quad (1)$$

где затраты по элементам:

- M – материальные;
- Z – оплата с отчислениями на социальные нужды;
- A – амортизация;
- N – прочие затраты;
- O – стоимость услуг;

Таблица 2 – Результаты оценки факторов влияния

Наименование факторов	Индекс значения фактора	Доля соответствующего элемента затрат, \bar{d}	Степень влияния фактора, %
m	5,91	0,191	-28,8
z	1,136	0,383	5
w	0,456	0,383	35,2
a	0,849	0,021	-0,4

$$m = \frac{O}{M}, \text{ р./р.};$$

$$z = \frac{Z}{\omega}, \text{ тыс. р.};$$

$$\omega = \frac{O}{\omega}, \text{ тыс. р.};$$

Ч – численность работников;

$$a = \frac{A}{F}, \text{ тыс. р.};$$

$$f = \frac{O}{F}, \text{ р./р.};$$

F – среднегодовая стоимость основных фондов;

$$n = \frac{O}{N}, \text{ р./р.}$$

Применительно к факторной системе, приведенной в формуле 1, порядок разложения индекса результативного показателя по факторам названным выше методом будет иметь следующий вид:

$$I_h = i_m^{-dM} * i_z^{\bar{d}Z} * i_w^{-\bar{d}W} * i_a^{\bar{d}A} * i_f^{-\bar{d}A} * i_n^{-\bar{d}N} \quad (2)$$

где i – индивидуальный индекс соответствующего фактора (например, $i_m = \frac{m_1}{m_0}$);

d – доля отдельного элемента затрат в общей сумме затрат (например, $dM = \frac{M}{M+Z+A+N}$);

\bar{d} – средняя за 2 смежных периода доля отдельного элемента в общей сумме затрат;

$$\bar{d} = 1/2(d_0 + d_1)$$

Каждый из сомножителей правой части формулы 2 характеризует степень влияния отдельного фактора на динамику затрат на 1 рубль стоимости услуг.

Результаты расчетов, выполненных по информации ООО «СДС-Строй», представлены в табл. 2.

f	0,283	0,021	2,8
n	1,223	0,405	-4

Затраты на 1 рубль стоимости услуг снизились с 86,1 до 85,6 копеек, т. е. на 0,96%, причем три фактора действовали в сторону снижения (рост материалоотдачи и эффективности «прочих затрат», снижение средней нормы амортизации), а другие три – в сторону роста затрат.

Чтобы оценить факторы влияния, следует сказать, что:

1- ООО «СДС-Строй» выполняет функции заказчика-застройщика, то есть выручку от продаж формирует за счет отчислений от объемов работ, выполненных подрядчиками при условии оказания им услуг по организации строительства и технического надзора за строительством. Как видно из табл. 1, стоимость услуг 2013 года составила 42% по сравнению с 2012 годом.

2- в марте 2013 года из состава ООО «СДС-Строй» выведен бетонно-растворный узел, что изменило структуру выручки от продаж и себестоимости. Эти структурные изменения увеличили материалоотдачу и эффективность «прочих затрат».

Из табл. 2 следует, что при росте средней заработной платы на 13,6% выработка работника снизилась. Следовательно, необходим анализ факторов, определяющих динамику выработки, и минимизация или ликвидация тех и них, которые снижают выработку.

Амортизационные отчисления – это условно-постоянные расходы. При снижении выручки от продаж факторы, связанные с амортизационными отчислениями (а и f), увеличили затраты на рубль стоимости услуг на $(0,996 * 1,028 = 1,024)$ 2,4%.

Актуальной задачей ООО «СДС-Строй» является рост выручки от продаж и услуг. Для этого можно предложить:

–дополнительно к основному виду деятельности оказание консультативных и образовательных услуг по юридическим и сметным вопросам;

–обоснование повышения процента от объема работ, выполненных подрядчиками;

–поиск новых инвесторов.

ПРОМЫШЛЕННАЯ ПОЛИТИКА РОССИИ

Д.В. Диваков, Н.С. Неведров

Научный руководитель – Н.Е. Гегальчий

Промышленная политика – это совокупность действий государства как института, предпринимаемых для оказания влияния на деятельность хозяйствующих субъектов, а также на отдельные аспекты этой деятельности, относящиеся к приобретению факторов производства, организации производства, распределению и реализации товаров и услуг во всех фазах жизненного цикла хозяйствующего субъекта и жизненного цикла его продукции [1].

Объектом промышленной политики является производитель товаров и услуг, а субъектом – государство.

Государство может играть разные роли по отношению к производителю продукции [8]:

- совладелец или собственник;
- поставщик средств производства;
- потребитель продукции;
- получатель налоговых платежей;
- регулятор рынка (как внутреннего, так и внешнего);
- регулятор деятельности производителя;
- арбитр в экономических спорах;
- политический субъект в международных отношениях, влияющих на деятельность производителя.

Целью промышленной политики РФ является обеспечение динамичного развития страны, роста уровня жизни ее населения и конкурентоспособности отечественных производителей.

Эти цели достигаются путем выполнения следующих задач [1]:

- эффективное производство товаров и услуг российскими производителями в нужном количестве и высокого качества для удовлетворения потребности населения и государства в этих товарах и услугах по приемлемым ценам;

- занятие российскими производителями лидирующих позиций на внешних рынках.

Однако, в настоящее время, сравнивая основные экономические показатели России с другими странами (например, с Германией), рано говорить о высоком уровне эффективности отечественной промышленной политики. Не смотря на опережающие темпы роста промышленного производства (112,5 в России, в Германии – 106,7) сальдо торгового баланса РФ в 2012 г ниже, чем в Германии на 12,6%. Россия лидирует по объемам производства на душу населения такой продукции как электроэнергия (7 262 кВтЧ на), нефть (3 535 кг) и естественный газ (4 557 м³). Германия же опережает нас в более наукоемких отраслях, производящих готовую продукцию, а не сырьевые компоненты. В Германии на душу населения производится почти в 7 раз больше легковых автомобилей, в 5 раз больше бумаги и картона и в 2 раза больше шерстяных тканей. Все это свидетельствует о том, что промышленная политика Германии более эффективна [4].

Промышленная политика ФРГ стремится к росту конкурентоспособности как отдельных отраслей, так и всего хозяйства в целом. При этом прямое государственное вмешательство применяется исключительно редко. Представители

правительства постоянно ведут диалог с отраслевыми объединениями предпринимателей и профсоюзами. Цель диалога - выявление проблем, а также совместное обсуждение возможных путей и механизмов их решения. Особенностью Германии, как и других стран ЕС, является необходимость согласования ее промышленной политики с соответствующими органами Евросоюза, среди которых немаловажную роль играет Совет по конкурентоспособности (Федеральный министр экономики и технологии Германии является его членом). Среди приоритетов промышленной политики ФРГ - поддержка малого и среднего бизнеса (в первую очередь инновационного), финансирование НИОКР, создание технопарков, развитие торгового международного сотрудничества [5].

Для того, чтобы изменить ситуацию на международной арене и вывести Россию на лидирующие позиции, необходимо сделать акцент на работе в следующих долгосрочных направлениях [7]:

- Освобождение вновь создаваемых производственных предприятий от ценового и антимонопольного регулирования.

- Перевод производственных активов из государственной собственности в частную. Осуществление государством производственной деятельности нередко является экономически нецелесообразным. Промышленная политика в производственных отраслях должна проводиться с помощью технического регулирования, законодательства в области промышленного производства и других методов регулирования, не требующих непосредственного участия в управлении производством.

- Переход от регулирования в парадигме «естественных монополий» к

регулированию в парадигме «ключевой инфраструктуры» [2]. К числу наиболее распространенных социально значимых целей деятельности "ключевой инфраструктуры" в мировой практике являются: обеспечение общедоступности услуг (социальная политика); повсеместности услуг (социальная и региональная политика); связности территории с помощью инфраструктурной сети (геополитика и региональная политика); обеспечение необходимого уровня инфраструктурных услуг в случае войны, стихийного бедствия или иной чрезвычайной ситуации (политика в сфере безопасности); защита окружающей среды (природоохранная политика); стимулирование конкуренции (конкурентная политика).

- Отмена лицензирования и замена его системами технического регулирования и страхования. Во многих случаях альтернативой лицензированию может стать страхование, совмещающее механизмы предотвращения ущерба и механизмы получения компенсации в случае причинения ущерба. Так как страховщики отвечают за результат своей работы деньгами и получают оплату своего труда на рыночных условиях, оценка рисков и дальнейший надзор страхователя за застрахованным бизнесом порождают гораздо более адекватные системы стандартов и правил, чем государственное регулирование предпринимателей те же стимулы к предотвращению ущерба, что и лицензирование [6].

- Изменения в налоговой системе. Использование налоговых льгот и преференций к качеству прямого метода реализации промышленной политики должно быть сведено к минимуму. При модернизации налоговой системы необходимо рассмотреть возможность отказа от НДС в пользу налога с продаж. В первую очередь это позволит резко снизить издержки налогового

администрирования, которые несут как производители, так и государство, а также, это позволит решить многие проблемы краткосрочного характера, связанные с возмещением НДС [3].

Хотя очень сложно сравнивать меры промышленной политики России и Германии, так как эти страны находятся в совершенно разных политических и экономических условиях. В связи с политическими событиями в Крыму и на Украине России пришлось резко изменить курс торгово-экономических отношений. Основными партнерами будут страны Востока. Поэтому необходимым становится и изменение приоритетов промышленной политики.

России необходимо принятие следующих меры краткосрочного характера [7]:

- Развитие институтов государственно-частного партнерства. В мировой практике все большее распространение получает идея «государственно- частного партнерства (public & private partnership), ГЧП который включает различные типы договоров [1]: аутсорсинг; концессия – передача государственных объектов инфраструктуры на эксплуатацию частной компании [1]; совместное предприятие и смешанные типы договоров. Такое сотрудничество дает возможность открытого диалога между государством и представителями бизнеса, в ходе которого решаются самые актуальные проблемы в сфере производства.

- Модернизация в сфере оборонно-промышленного комплекса (ОПК). Промышленная политика в сфере ОПК должна учитывать мировые тенденции развития производства вооружений и военной техники, а также материально-технического и транспортного обеспечения вооруженных сил.

- Совершенствование законодательства о банкротстве: обеспечение его прозрачности, отмена

приоритета государства в процессе банкротства.

- Поддержка отечественного производителя на международных рынках преимущественно через поддержку экспорта [3].

- Совершенствование системы антимонопольного регулирования.

- Реформы в области науки и высшего образования. Государству нужно определить собственные приоритеты в области научного поиска и организовать систему государственного научного заказа, который на конкурсной основе будет распределяться среди научных организаций. Система высшего образования также нуждается в кардинальных изменениях. Для промышленной политики имеет большое значение состояние рынка труда и обеспечение производства квалифицированными кадрами. Государство должно обеспечивать финансированием не организации высшего образования, а самих студентов, выделяя им средства для обучения [9].

Таким образом, реализация всех этих направлений промышленной политики сможет обеспечить активное развитие всех отраслей промышленности России, а значит, и укрепить ее позиции на международной арене.

Литература и источники:

1. Райзберг Б.А. Современный экономический словарь//Институт новой экономики, 2010.
2. Бляхман Л.С. Инфраструктура - ключевой и ограниченно-рыночный сектор современной экономики//Ж: Проблемы современной экономики, №2(46), 2013
3. Сопряков В.В. Государственная промышленная политика: общие модели и задачи для России– [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

- https://aeis.oprf.ru/ru/news/law_news/p/7750/ – [Данные на 14.01.2015].
4. Федеральная служба государственной статистики – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru/> – [Данные на 17.01.2015].
5. Андрианов К.Н. Промышленная политика Германии: основные аспекты и важнейшие направления // Экономика - №5 (26), 2012.
6. Бобоев М.Р., Кашин В.А. Концепция налоговой политики России на современном этапе//Российское предпринимательство - №6(30), 2010.
7. Доклад о промышленной политике Российской Федерации – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.prompolit.ru/90976>–[Данные на 17.01.2015].
8. Попов А.И. Экономическая теория. 4-е изд. //СПб.: Питер, 2010.
9. Синявин В.Ю. Эффективность использования фактора заработной платы в инвестиционном менеджменте//Известия Пензенского государственного педагогического университета им. В.Г. Белинского, №11, 2010.

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ХИМИЧЕСКОГО
МАШИНОСТРОЕНИЯ В РОССИИ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

В.Б. Жукова, А.А. Овчинникова

Научный руководитель – Н.Е. Гегальчий

Химическое машиностроение – многопрофильная подотрасль машиностроения, обеспечивающая функционирование базовых отраслей экономики России, в том числе топливно-энергетического, химико-лесного и агропромышленного комплексов. Его специализация включает разработку и производство химического, нефтегазоперерабатывающего, полимерного, резинотехнического, бумагоделательного, газоочистного и криогенного оборудования, а также некоторых видов оборудования общепромышленного применения. Наибольшую долю российского машиностроения занимает разработка и производство нефтегазоперерабатывающего оборудования. Это связано в первую очередь с тем, что Россия имеет обширные территории с большими запасами нефти, газа и другого сырья, добыча и переработка которого требует огромные технические затраты.

В настоящее время в структуре промышленного производства России удельный вес машиностроения в целом составляет около 20% (второе место после топливно-энергетического комплекса), что однако в полтора-два раза ниже, чем в экономически развитых странах, где он достигает 35-50%. В объеме отечественного выпуска машиностроительной продукции 27,4% приходится на автомобилестроение; 12,3% на электротехнику и приборостроение; 10,3% на тяжелое, энергетическое и транспортное машиностроение; 6% на химическое и нефтехимическое машиностроение; 2,4% на машиностроение для легкой и

пищевой промышленности; 2,1% на строительно-дорожное машиностроение; 1,9% на станкоинструментальную промышленность; 1,8 на тракторное и сельскохозяйственное машиностроение; свыше 35% на оборонные и другие подотрасли. [2]

Сегодня химическое машиностроение можно охарактеризовать как слаборазвитую отрасль. Прогрессирующее технологическое отставание российского химического машиностроения остается неустранимым фактом и это может иметь крайне неблагоприятные последствия для всей национальной экономики.

Российские химические машиностроительные предприятия в последнее десятилетие столкнулись с рядом серьезных проблем:

- с износом производственных мощностей, которые не могут обеспечить дальнейший рост производительности труда и ресурсосбережения. Отсюда – ограничения по росту объемов производства и увеличение издержек производства, снижающее рентабельность и ценовую конкурентоспособность продукции. По данным международных экономических организаций степень износа основных фондов производственного назначения оценивается, как минимум в 50%, таким образом высокая степень износа основного капитала является одним из сдерживающих факторов развития предприятий химического машиностроения России; [1]

- с ограничением спроса из-за недостаточной конкурентоспособности продукции, причина которой – в низкой инновационной активности, обеспечивающей долю инновационной продукции в химическом машиностроении на уровне лишь 5,7% от общего объема производства; [2]

- с недостатком финансовых ресурсов в связи с низкой инвестиционной привлекательностью. Объем инвестиций в основной капитал химического машиностроения в 2013 году составил 2,7 % от общего объема инвестиций в промышленность РФ. При этом большая доля инвестиций направляется на нефтегазохимическое оборудование, т.к. Россия в настоящее время является одним из лидеров по производству нефти и газа. Реализация же крупных инвестиционных проектов в химическом машиностроении обеспечит устойчивый спрос на высокотехнологичное оборудование и другую продукцию [4]. Таким образом, химические предприятия смогут использовать не импортное оборудование, а отечественное, вследствие чего снизится себестоимость, соответственно цены на продукцию, что повлечёт за собой увеличение спроса, повысит конкурентоспособность продукции и отрасли;

- с большой долей импортного оборудования на предприятиях, что требует значительных затрат на приобретение зарубежного уникального оборудования;

- с недостаточной структурированностью в научной и технологической сферах;

- с дефицитом квалифицированных кадров.

Основная цель развития химического машиностроения России – технологическая модернизация и удовлетворение внутреннего платежеспособного спроса на машиностроительную продукцию, а

также расширение присутствия на внешних рынках. Ее достижение должно быть осуществлено на основе преобразования машиностроения в конкурентоспособный, эффективный и динамично развивающийся, высокотехнологичный и восприимчивый к инновациям комплекс, интегрированный в систему международного разделения труда.

Для достижения этой цели необходимо решить следующие задачи:

- обеспечение отрасли химического машиностроения уникальными машинами и оборудованием, в связи с тем, что конструкции машин и аппаратов химических производств специфичны. В ряде случаев аппаратура должна обеспечивать возможность работы при температурах, близких к абсолютному нулю; в других случаях – проведение процессов при температурах до 3000°C. Оборудование не должно подвергаться воздействию различных кислот и щелочей, должно выдерживать как минимальные, так и максимальные давления. Поэтому необходимо использовать различные сплавы, неметаллические конструкции. Соответственно следует устанавливать его связи с химической отраслью и другими промышленными отраслями; [3]

- увеличение наукоемкости продукции;

- повышение конкурентоспособности машиностроительной продукции химического производства на основе использования новых технологий;

- улучшение инвестиционной привлекательности предприятий, в том числе для иностранных инвестиций;

- реструктуризация химического машиностроительного комплекса, в том числе отраслевых научных учреждений и организации;

- расширение рынков сбыта, в том числе за счет совершенствования

таможенно-тарифной политики и поддержки экспорта;

- обеспечение высококвалифицированными научными и рабочими кадрами.

Обозначенные проблемы, в первую очередь, могут быть решены при помощи государства, путем демополизации сырьевой базы, развитием импортозамещающего производства, сменой «сырьевой» политики на более перспективную - включающую глубокую переработку сырья и производства собственных средств производства. Также могут быть решены созданием совместных предприятий с иностранными компаниями с целью трансфера технологий. Международное сотрудничество повысит привлекательность отечественных предприятий для иностранных инвесторов. Наличие денежных средств в отрасли и совместный опыт откроет возможности для создания собственных технологий. Рациональное целевое финансирование отечественных проектов и разработок позволит получить качественный и количественный результат.

Развитие химического машиностроения поможет обеспечить страну новыми техническими средствами и технологиями, что является основным источником инновационного развития и дальнейшего экономического роста страны, повышения эффективности и производительности общественного труда и роста благосостояния населения.

От уровня развития химического машиностроения зависят важнейшие показатели валового внутреннего продукта страны, производительность труда в отраслях народного хозяйства, уровень экологической безопасности промышленного производства и обороноспособность государства.

Литература и источники:

1. Борисов В.Н., Буланов А.А., Орлова Т.Г.. Прогнозирование обрабатывающих машиностроительных производств с учетом их инновационного развития // [Электронный ресурс] URL: <http://www.ecfor.ru/pdf.php?id=2008/4/04> (дата обращения 11.01.2015).
2. Скворцов Е.В. Современные тенденции развития нефтегазохимического машиностроения в России // [Электронный ресурс] URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-tendentsii-razvitiya-neftegazohimicheskogo-mashinostroeniya-v-rossii> (дата обращения 15.01.2015).
3. Басов Н.И., Самсонов Н.М., Фролов В.В. Химическое машиностроение/ Издательство «Мастер», 2012. - 98 с.
4. Фролов И.Э. Научно-технический сектор промышленности РФ: экономико-технологический механизм ускоренного развития/ М.: МАКС Пресс, 2013.-115с.

ОЦЕНКА ТИПА РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ И ВОЗМОЖНОСТЕЙ ЕГО ИЗМЕНЕНИЯ (НА ПРИМЕРЕ ООО «ТОПКИНСКИЙ ЦЕМЕНТ»)

В.С. Иванов

Научный руководитель – Т.Н. Свистунова

Если говорить о типе развития, то сначала хотелось бы затронуть его в масштабах страны. Его оценка очень важна для того, чтобы знать, как развивается страна, в каком направлении, и что необходимо изменить, чтобы экономика страны развивалась в дальнейшем.

Но, ведь, как правило «большое состоит из маленьких», поэтому и тип развития экономики страны состоит из множества типов развития различных организаций и предприятий.

Тип развития (или экономический рост) - это увеличение объёма производства продукции в национальной экономике за определённый период времени (как правило, за год).

Различают экстенсивный и интенсивный типы развития. В первом случае увеличение общественного продукта происходит за счет количественного увеличения факторов производства: вовлечение в производство дополнительных ресурсов труда, капитала (средств производства), земли. При этом технологическая база производства остается неизменной. Так, распашка целинных земель в целях получения большого количества зерновых культур, вовлечение все большего количества рабочих для строительства электростанций, производство все большего количества зерноуборочных комбайнов – все это

примеры экстенсивного пути увеличения общественного продукта.

При интенсивном типе, развитие характеризуется увеличением масштабов выпуска продукции, который основывается на широком использовании более эффективных и качественно совершенных факторов производства. Рост масштабов производства, как правило, обеспечивается за счет применения более совершенной техники, передовых технологий, достижений науки, более экономичных ресурсов, повышения квалификации работников. За счет этих факторов достигается повышение качества продукции, рост производительности труда, ресурсосбережение.

Применительно к анализируемому предприятию экстенсивный тип развития означает рост объема производства продукции за счет роста объемов применяемых ресурсов (трудовых, технических, материальных), а интенсивный – рост объема производства продукции за счет повышения эффективности использования ресурсов, то есть роста выработки, фондоотдачи, материалоотдачи, коэффициента оборачиваемости материальных оборотных активов.

В таблице 1 приведена исходная информация, для оценки типа развития предприятия.

Таблица 1 – Исходная информация

Показатели	2012 г.	2013 г.	2013 г. к 2012 г., %
Объем продукции, тыс.р.	7 205 801	8 933 967	124

Отраслевая экономика

Производственный персонал:			
-численность, чел.	1 031	1 094	106
-оплата труда с отчислениями, тыс.р.	341 813	479 922	140
Материальные затраты, тыс.р.	1 001 715	1 335 773	133
Основные фонды, тыс. р.	2 128 419	2 443 849	115
Материальные оборотные активы, тыс.р.	1 064 968,5	1 001 710,5	94
Годовая выработка , тыс. р.	6 989,14	8 166,33	117
Зарплатоотдача, р./р.	21,08	18,62	88
Материалоотдача, р./р.	7,19	6,69	93
Фондоотдача, р./р.	3,39	3,66	108
Число оборотов в год материальных оборотных активов	6,77	8,92	132

В таблице 2 приведены показатели, определяющие тип развития.

Таблица 2 – Показатели, характеризующие тип развития

Виды ресурсов	Динамика качественных показателей, коэффициент	Прирост ресурсов на 1% прироста продукции, %	Доля влияния на 100% прироста продукции, %	
			Экстенсивных факторов	Интенсивных факторов
Производственный персонал:				
- численность	1,17	0,25	25	75
- оплата труда с отчислениями	0,88	1,67	167	-67
Материальные затраты	0,93	1,38	138	-38
Основные фонды	1,08	0,63	63	37
Материальные оборотные активы	1,32	-0,25	-25	125
Комплексная оценка типа развития	1,06	0,667	66,7	-33,3

В таблице 3 показан прирост ресурсов на 1% прироста объема продукции.

Таблица 3 – Прирост ресурсов на 1% прироста объема продукции.

Виды ресурсов	Прирост ресурсов, %	
	Общий	На 1% прироста объема продукции
Численность	6	0,25
ФОТ с отчислениями	40	1,67
Материальные затраты	3	1,3
Основные фонды	15	0,63
Материальные оборотные активы	-6	-0,25

Расчет расхода всех видов ресурсов показал, что в 2013 году по сравнению с 2012 годом расход вырос на 15,96 %. При росте объема продукции на 24% коэффициент изменения ресурсоотдачи составил 1,06, а прирост совокупных ресурсов на 1% прироста объема продукции - 0,667%.

Приведенные расчеты показывают:

1) тип развития предприятия экстенсивный, 66,7% прироста объема продукции получено за счет роста объема используемых ресурсов и 33,31% - за счет роста эффективности их использования;

2) виды ресурсов определяющие экстенсивный тип: оплата труда с отчислениями, материальные затраты;

3) актуальной задачей предприятия является переориентация

типа развития из экстенсивного в интенсивный за счет роста зарплатоотдачи и материалоотдачи.

Снижение зарплатоотдачи объясняется опережающим ростом средней заработной платы по сравнению с ростом выработки. В условиях высокой инфляции снижение средней заработной платы нецелесообразно, поэтому необходим анализ динамики выработки и исключение или минимизация факторов, снижающих выработку.

Из таблицы 4 виден расход основных энергоресурсов на технологические нужды и затраты по ним, а из таблицы 5 – динамика цен на запасные части для оборудования и автомобильного транспорта.

Таблица 4 – Расход основных энергоресурсов

	Объем потребления	Затраты, тыс. р.	Стоимость единицы
Водоснабжение			
2012 г.	4 439 тыс. м ³	784	0,177 р./м ³
2013 г.	5 251 тыс. м ³	827	0,158 р./м ³
2013 г. к 2012 г., %	118		89
Энергопотребление			
2012 г.	346 410 тыс. кВт·ч	675	0,0019
2013 г.	356 959 тыс. кВт·ч	679	
2013 г. к 2012 г., %	103		100
Потребление газа			

Отраслевая экономика

2012 г.	369 360 тыс. м ³	1 252 550	3,39 р./ м ³
2013 г.	359 453 тыс. м ³	1 234 292	3,43 р./ м ³
2013 г. к 2012 г.	97		101

Таблица 5 – Динамика цен на запасные части

Наименование запчастей	Цена единицы		2013 г. к 2012 г., %
	2012 г.	2013 г.	
ОАО «Хавер и Бекер холдинг ГМБХ»			
Цилиндр 63-22-60-45-0 ДМС	24 390	25 893	106
Штуцер накопительный	26 610	33 696	127
Двигатель электрический	42 146	71 219	169
ООО «ДТ Промышленного объединения Иркутский завод тяжелого машиностроения»			
Бронеплита 923x950	96 688	98 839	102
ООО «Зауральский кузнечно-литейный завод»			
Бронеплита плоская рифленая Р61.00.003	1 803	2 279	126

Цены и тарифы на материальные ресурсы заводу регулировать сложно или невозможно. Поэтому предлагаются мероприятия по снижению объемов потребления:

- оптимизация и периодическое сокращение норм расхода материалов;
- создание экспериментальной базы для моделирования расхода ресурсов;
- внедрение системы премирования работников за экономию материальных ресурсов;
- использование результатов научных исследований в сфере ресурсосбережения;
- модернизация средств производства.

ОЦЕНКА ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ПРИМЕРЕ ООО «СТРОЙДОРЭКСПОРТ»

В.В. Козлова, М.Б. Кондарасова

Научный руководитель – Т.Н. Свистунова

ООО «Стройдорэкспорт» занимается поставкой инертных, дорожно-строительных материалов, бетона, растворов, изготовлением дорожных знаков, реализацией деревянных окон, окон ПВХ и межкомнатных дверей, остеклением балконов. Также оказывает услуги грузоперевозки, услуги спецтехники, проектированием дорог.

Платежеспособность предприятия является важнейшей составляющей его финансового состояния.

Понятия «платежеспособность» и «ликвидность» очень близки. От

степени ликвидности баланса и предприятия зависит его платежеспособность. В то же время ликвидность характеризует как текущее, так и будущее состояние расчетов. Предприятие может быть платежеспособным на отчетную дату, но иметь неблагоприятные возможности в будущем, и наоборот [2, с. 238].

При расчете коэффициентов, характеризующих платежеспособность, знаменатель общий – краткосрочные заемные обязательства предприятия. Размер их показан в табл.1:

Таблица 1 – Краткосрочные заемные обязательства

	2012 год	2013 год
Краткосрочные кредиты и займы, тыс. р.	0	0
Кредиторская задолженность за вычетом авансов полученных, тыс. р.	166694	281551

Коэффициенты, характеризующие платежеспособность:

1. Коэффициент абсолютной ликвидности:

$$K_1 = \frac{\text{денежные средства} + \text{краткосрочные финансовые вложения}}{\text{краткосрочные заемные обязательства}}$$

На конец 2012 года = $(1649+0)/166694 = 0,01$

Теоретически достаточное значение коэффициента (0,2 – 0,25). В 2012-2013 годах быстрая платежеспособность оценивается отрицательно. Предприятие может лишь финансовых вложений.

2. Промежуточный коэффициент покрытия.

$$K_2 = \frac{\text{денежные средства} + \text{краткосрочные финансовые вложения} + \text{дебиторская задолженность}}{\text{краткосрочные заемные обязательства}}$$

На конец 2012 года = $(1649+0+266736)/166694 = 1,61$

На конец 2013 года = $(698+0+417337)/281551 = 1,485$

На конец 2013 года = $(698+0)/281551 = 0,002$

малую часть краткосрочной задолженности погасить в ближайшее время за счет денежных средств и краткосрочных

Теоретически достаточное значение коэффициента 0,7 – 0,8.

Платежеспособность предприятия связана с реализацией дебиторской

задолженности. Следовательно, привлекая ее, ООО «Стройдорэкспорт»

смогло бы сиюминутно погасить краткосрочные обязательства.

3.Общий коэффициент покрытия

$$K_3 = \frac{\text{оборотные активы}}{\text{краткосрочные заемные обязательства}}$$

На конец 2012 года = 295250/166694 = 1,771

На конец 2013 года = 429663/281551 = 1,526

Теоретически достаточное значение 2 – 2,5. Но так как $K_3 > 1$, то мобилизовав оборотные средства, можно полностью покрыть краткосрочные заемные обязательства, после чего в активе предприятия останутся средства на погашение долгосрочных кредитов и займов и другие цели.

Исчисление трех различных показателей ликвидности неслучайно. Каждый из них, применяемый в конкретном случае, дает ту картину устойчивости финансового положения, которая интересует конкретного потребителя информации. Например, для поставщика сырья, материалов и услуг большой интерес представляет первый показатель, для банка, кредитующего данное предприятие, -

второй, а для держателя акций и облигаций – третий [3, с. 134].

Также анализ платежеспособности увязывается с анализом движения денежных средств по следующим видам деятельности:

1. Текущая – основная уставная деятельность;
2. Инвестиционная – связана с осуществлением капитальных вложений в воспроизводство ОФ;
3. Финансовая – деятельность, приводящая к изменениям величины и состава собственного и заемного капитала.

С помощью этой информации руководство может контролировать текущую платежеспособность, принимать оперативные решения по ее стабилизации, оценивать возможность дополнительных инвестиций. Кредиторы могут составить заключение о достаточности средств у предприятия. В табл. 2 показан совокупный результат движения денежных средств:

Таблица 2 – Совокупный результат движения денежных средств, тыс. руб.

Виды деятельности	Получено		Направлено		Чистые денежные средства	
	2012 год	2013 год	2012 год	2013 год	2012 год	2013 год
Текущая	811278	914401	855860	833574	-44582	80827
Инвестиционная	10175	244730	35647	312520	-25472	-67790
Финансовая	648264	259358	576705	273346	71589	-13988
Итого	1469717	1418489	1468212	1419440	1535	-951

Чистое уменьшение денежных средств в отчетном году составило 1 млн., в базисном - увеличение на 1,5 млн. В 2012-2013 году у предприятия происходит чистый отток денежных средств от инвестиционной деятельности. С одной стороны, это говорит о высокой инвестиционной активности компании, но с другой – о большом сроке окупаемости и низкой

рентабельности инвестиционных проектов.

Сумма денежных средств, возникающая в результате операционной деятельности, является важнейшим показателем того, создает ли данная категория деятельности достаточно денежных средств для погашения займов, поддержания производительной способности

предприятия, выплаты дивидендов, осуществления инвестиций без привлечения внешних источников финансирования [4, с.53]. У ООО «Стройдорэкспорт» в 2013 приток денежных средств от текущей деятельности не может покрыть отток от финансовой и инвестиционной.

Оценка риска потери платежеспособности также непосредственно связана с анализом

ликвидности активов и баланса в целом. Фактором риска является нарушение ликвидности баланса, а его последствием — неспособность предприятия своевременно покрывать обязательства своими активами. В табл. 3 приведена группировка активов по степени их превращения в денежные средства и пассивов по степени срочности оплаты обязательств.

Таблица 3 – Оценка групп активов и пассивов предприятия

Актив	Значения		Пассив	Значения	
	2012	2013		2012	2013
А1. Денежные средства и краткосрочные финансовые вложения	1649	698	П1. Кредиторская задолженность	189692	288465
А2. Дебиторская задолженность	266736	417337	П2. Задолженность учредителям и прочие краткосрочные обязательства	0	0
А3. Запасы и НДС	26865	11628	П3. Долгосрочные заемные средства	22127	201
А4. Внеоборотные активы	107087	97311	П4. Устойчивые пассивы	190518	238308
Баланс	402337	526974	Баланс	402337	526974

В табл. 4 показаны условия, при которых имеет место тот или иной тип состояния ликвидности баланса.

Таблица 4 – Тип состояния ликвидности. Условия

$A1 \geq P1; A2 \geq P2; A3 \geq P3; A4 \leq P4$	$A1 < P1; A2 \geq P2; A3 \geq P3; A4 \leq P4$	$A1 < P1; A2 < P2; A3 \geq P3; A4 \leq P4$	$A1 < P1; A2 < P2; A3 < P3; A4 > P4$
1	2	3	4
1	2	3	4
Абсолютная ликвидность	Нормальная ликвидность	Нарушенная ликвидность	Кризисное состояние
Шкала оценки риска потери платежеспособности			
Безрисковая зона	Зона допустимого риска	Зона критического риска	Зона катастрофического риска

2012 год: $A1 < P1, A2 > P2, A3 > P3, A4 < P4;$

2013 год: $A1 < P1, A2 > P2, A3 > P3, A4 < P4,$

Теоретически дефицит по одной группе активов компенсируется избытком в другой. Однако на практике менее ликвидные активы не могут

заменить более ликвидные средства. Поэтому если любое из неравенств имеет знак, противоположный зафиксированному в оптимальном варианте, то ликвидность баланса считается отличается от абсолютной. [1, с. 87].

Баланс за 2012-2013гг. характеризуется нормальной ликвидностью, т.е. зоной допустимого риска. Важно подчеркнуть, что оба года Предприятие имеет собственные средства. У предприятия существуют сложности оплаты обязательств во временном интервале до 3 мес. В этом случае используются активы группа А2.

Предложения по увеличению платежеспособности ООО «Стройдорэкспорт» можно сформулировать следующим образом:

1. Следует мотивировать работников отдела сбыта на уменьшение дебиторской задолженности. Ориентация на большое количество покупателей с целью снижения риска неоплаты товара одним из покупателей.

2. Проводить факторинговые операции и заключать договоры-цессии

3. Повысить договорную дисциплину

4. Ускорить оборачиваемость активов для ускорения превращения менее ликвидных активов (запасов) в высоколиквидные (дебиторскую задолженность, денежные средства)

5. Перевести часть долгосрочной задолженность в краткосрочную

6. Сдерживать прирост внеоборотных активов, т.е. проводить взвешенную инвестиционную политику.

Литература и источники:

1. Бочаров В.В. Финансовый анализ. Спб.: Питер, 2007. – 240 с.

2. Канке А.А., Кошечая И.П. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия. М.: ИНФРА-М, 2007. – 288 с.

3. Лиференко Г.М. Финансовый анализ предприятия (Учебное пособие для вузов). М.: издательство «Экзамен» 2005. - 160 с.

4. Умрихин С.А., Ильина Ю.В. Международные стандарты финансовой отчетности: российская практика применения. М.: ГроссМедиа: РОСБУХ, 2007. – 432 с.

ВОЗМОЖНОСТИ ПРОИЗВОДСТВА И ИСПОЛЬЗОВАНИЯ БИОТОПЛИВА

Е.В. Корнеева, Д.К. Березовская

Научный руководитель – Н.Е. Гегальчий

Одним из перспективных направлений обеспечения экологической безопасности, может быть его переход от традиционных видов топлива к биотопливу. Основными аргументами в пользу использования биологического сырья как источника энергии являются большие запасы биомассы, особенно в России, с ее огромной пустующей территорией. Их рациональная переработка позволила бы частично решить энергетическую проблему, особенно для удаленных регионов и снизить выбросы в атмосферу вредных веществ.

Приоритет биологического топлива вызван рядом факторов [1, с.58]:

- биологическое топливо – это тоже смесь горючих углеводов;
- в составе биотоплива отсутствуют многие экологически вредные элементы, содержащиеся в традиционном нефтяном горючем;
- биотопливо содержит большее количество кислорода, чем ископаемые горючие;
- практически каждая страна обладает сырьем для получения этого вида горючего и имеет возможность его производства.

Однако среди экспертов топливного рынка есть и критики: их главные доводы «против» - риск роста цен на сельскохозяйственные культуры, экологическая опасность производства.

Вообще биотопливо разделяется на два типа: первого и второго поколения (см. рис.1). К биотопливам первого поколения относятся биоэтанол, произведенный из сахарного тростника, кукурузы, пшеницы и других

злаковых культур и биодизель, полученный из маслянистых культур. Для их выращивания требуется использование качественных пахотных земель, много сельскохозяйственной техники, а также удобрений и пестицидов. Конечно, в такой ситуации производство биотоплива напрямую конкурирует с пищевым сектором экономики, что приводит к отрицательным последствиям в социальной сфере и придает негативную окраску всей биоэнергетике. Биотопливо второго поколения производится из непищевого сырья и может включать в себя отработанные жиры и растительные масла, биомассу деревьев и трав. Преимущество такого топлива в том, что эти растения могут выращиваться на менее благоустроенных землях с применением минимального количества техники, удобрений и пестицидов. Минусом же является то, что лигноцеллюлоза древесины - сложный полимерный углевод, требующий больших химических превращений и, соответственно, энергии для получения из него жидких топлив, чем при производстве биотоплива первого поколения [2, с.14].

Существенной положительной особенностью массового производства биотоплива является отсутствие стадии нефтедобычи: геологоразведки, бурения нефтяных скважин. Но, с другой стороны, требуется задействовать некоторые посевные площади. В частности, с 1 гектара площадей можно получить 0,3 тонны соевого масла, 1 тонну рапсового масла, 5 тонн пальмового масла [4, с.4].

Россия из-за своих климатических особенностей среди масляничных культур топливного назначения может ориентироваться только на выращивание рапса. При этом, если учесть, что в России сегодня не используется более 15 млн. га пашни, то ярко видны перспективы нашей страны

как экспортера не только нефти, газа, но и биотоплива. Европа, как основной потребитель биотоплива, не может себе позволить выделить такое количество сельскохозяйственных угодий для выращивания «энергетических» культур.

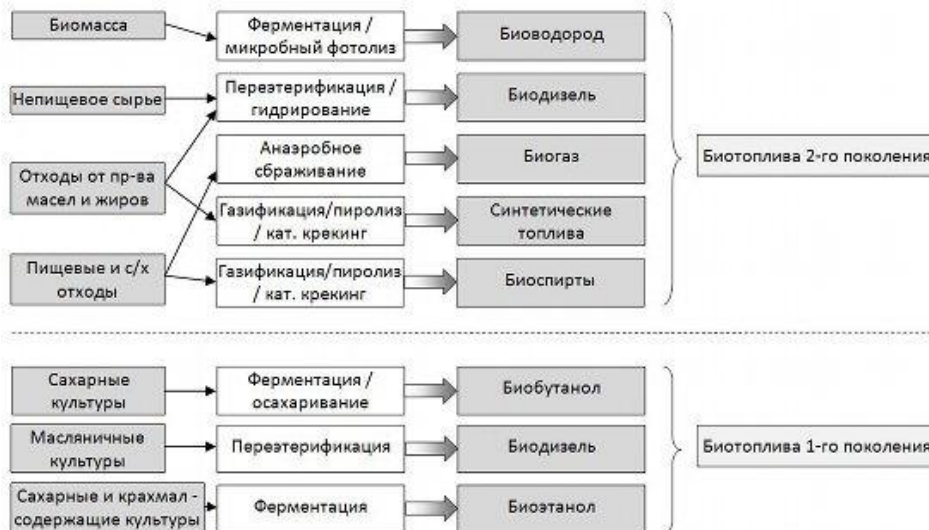


Рис. 1 –Упрощенная классификация видов биотоплива

В Кемеровской области - около 1 миллиона гектаров посевных площадей. Если использовать условно треть площадей для получения биотоплива, то с трехсот миллионов гектар можно получить 300 миллионов тонн рапсового масла, рыночная цена которого на данный момент колеблется от 600 до 800 евро за тонну. Рыночная стоимость пшеницы, выращиваемой на посевных площадях Кемеровской области, составляет 7 000 рублей. Затраты на производство тонны рапса – 7 тысяч рублей, то есть, 19,2 % от рыночной цены, затраты же на производство тонны пшеницы составляют 3,5 тысячи рублей, то есть 50 % от рыночной цены. Следовательно, хотя бы треть посевной территории Кемеровской области можно рассматривать в качестве полей для выращивания рапса. На наш взгляд, более целесообразно производить биотопливо, получая прибыль, и при этом покупать пшеницу.

Однако, биологическое топливо, наряду с очевидными преимуществами, обладает и целым рядом недостатков. Так уже при температурах ниже +10°C по причине низкого давления насыщенных паров и высокой теплоты испарения запуск карбюраторных двигателей при использовании в них спиртов становится практически невозможным. Следовательно, сибирский регион не может использовать biodiesel для своих нужд большее время года. Однако, огромный спрос на биотопливо уже давно устойчив в Европе, поэтому производство, например, рапсового масла в Сибири целесообразно.

Для производства биотоплива Кемеровская область может использовать древесные отходы при заготовке леса. В настоящее время ежегодно в Кемеровской области заготавливается около 384 тыс. м³ древесины от рубок главного пользования и рубок ухода за лесом.

При этом более половины приходится на отходы лесозаготовки и деревопереработки. В ближайшие 5-7 лет объем лесозаготовок может возрасти до 500 тыс. м³. Кроме того, при проведении рубок ухода за лесом до 60 % древесины является низкокачественной, не имеющей товарной ценности, а общий объем образующихся отходов и низкосортной древесины составляет не менее 150 тыс. м³ в год или не менее 40 тыс. т (тонн условного топлива) в год. Кроме того можно использовать торф и отходы растениеводства, количество которых составляет не менее 100 тыс. тонн в год (или не менее 30 тыс. т) [3, с.28].

Таким образом, можно сделать вывод, что производство биотоплива целесообразно не только из-за возможности использования его вместо традиционного топлива на внутреннем рынке, но и в связи с большим спросом за границей, что делает его перспективным для экспорта.

Литература и источники:

1. Дубнова О.С. Современные тенденции развития мирового рынка биотоплива: статья // Сегодня и завтра российской экономики. - 2010. - № 37. – С.58-64. – 0,25 п.л.
2. Красовский Д.А. Основопологающие факторы необходимости развития производства биотоплива // Проблемы экономики, № 2, 2008 г., - 0,19 п.л.
3. Сендецкий В. Биотопливо - энергия XXI века / В. Сендецкий // Дерево.RU. – 2006. - №5. - С. 28-31.
4. О влиянии расширения использования биотоплива на сельское хозяйство и мировую экономику // БИКИ. - 2007. – 5 апр. (№ 38). - С. 4-5, 16.

**РЕЙТИНГОВАЯ ОЦЕНКА ХИМИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ
ПО ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ**

С.В. Красновская, А.С Пьянова

Научный руководитель – Н. Е. Гегальчий

Трудовые ресурсы – это часть населения страны, главная производительная сила общества, включающая трудоспособную часть населения, которая обладает физическими и интеллектуальными возможностями для производства материальных благ и услуг. К трудовым ресурсам относятся граждане как занятые в экономике, так и не занятые, но способные трудиться [7].

В настоящее время существует диспропорция в области спроса и предложения разных специальностей: рынок труда наполнен специалистами в области юриспруденции, менеджмента, маркетинга, наблюдается дефицит рабочих специальностей: сварщиков, токарей, фрезеровщиков и др. Из-за их отсутствия на рынке труда невозможно осуществлять многие производственные операции: обслуживание, ремонт оборудования. Современная подготовка экономистов, юристов, менеджеров и финансистов не соответствует требованиям организаций. Выпускники высшего учебного заведения должны быть грамотными специалистами, легко ориентироваться во многих вопросах, связанных с их деятельностью. В реальной жизни очень часто они имеют довольно смутные представления о ней. Практически специалистов, кто действительно освоил свою профессию недостаточно.

Нерациональное использование трудовых ресурсов порождает использование трудовых ресурсов является производительность труда, отражающая положительные и

проблемы в экономической и социальной сферах:

1) Снижение уровня квалификации экономически активного населения во время снижения востребованности конкретных профессий.

2) Средства, направляемые на содержание безработных, не становятся вознаграждением за производство новых благ, а значит, не ведут к дальнейшему росту благосостояния всех граждан страны.

3) Неравномерное распределение трудовых ресурсов по территории России, не соответствие профессионального образования потребностям рынка, также имеет место быть нелегальная трудовая иммиграция и отток высококвалифицированных кадров за рубеж. В среднесрочной перспективе в России может сложиться дефицит трудовых ресурсов.

Число занятых в химической промышленности от общей численности занятых в промышленности, приблизительно составляет 14,7 %, что в полтора раза меньше, чем удельный вес в производстве продукции. Возникает необходимость оценки эффективности использования трудовых ресурсов. Характеристикой эффективности

отрицательные стороны деятельности и ее недостатки [8]

Эффективность использования трудовых ресурсов в химической промышленности была определена на предприятиях (табл. 1).

основе рейтинговой оценке по 6 крупным

Таблица 1 – Рейтинговая оценка предприятий по численности занятых и уровню производительности труда

Примечание: Производительность труда представлена в долларом

производительностью труда 1552,6 тыс. долл/чел.

Предприятие	Численность занятых, (тыс. чел)		Место по численности		Производительность труда, (тыс.долл/чел)		Место по уровню производительности труда	
	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013
ОАО «Сибур Холдинг»	54	26	1	1	114,2	318,3	5	3
ОАО «Еврохим»	25	3,5	2	6	120,1	1555,6	4	1
ОАО «Уралкалий-Сильвинит»	20,4	11,3	3	4	139,8	9,0	3	6
ОАО «Нижекамскнефтехим»	17,1	17,1	4	2	170,3	226,0	2	4
ОАО «Акрон»	14	14,2	5	3	103,4	147,1	6	5
ОАО «Газпром нефтехим Салават»	12	7	6	5	313,1	728,1	1	2

эквиваленте по курсу доллара 32,6 руб. (по состоянию на 01.01.2014г.).

Предприятие ОАО «Газпром нефтехим Салават» в 2012 году занимало 1 место по производительности труда, в 2013 г. – 2 место (см. табл. 1). В 2012 году 2 место – ОАО «Нижекамскнефтехим», 2013 г. опустилось на 4 место. ОАО «Уралкалий-Сильвинит» в 2012 г. – 3 место, в 2013 году - 6. Соответственно 4, 5, 6 – ОАО «Еврохим», ОАО «Сибур Холдинг», ОАО «Акрон» в 2012 году. В 2013 году на первое место вышло предприятие ОАО «Еврохим» с

1. ОАО «Сибур Холдинг» - является лидером российской нефтехимической отрасли. Высококонкурентный в глобальном масштабе бизнес ориентирован на растущие рынки базовых полимеров, пластиков, синтетических материалов и прочих продуктов нефтехимии. Реализует продукцию более чем 1 400 крупных потребителей в топливно-энергетическом комплексе, химической отрасли, производстве товаров повседневного спроса, автомобилестроении, строительстве и других отраслях примерно в 70 странах мира [1].

2. ОАО «Еврохим». Данная компания предоставляет возможность помочь повысить урожайность фермерам по всему миру. Главным фактором в удовлетворении мирового спроса на продукты питания, кормовые культуры, волокно и топливо являются азотные и фосфорные удобрения. ОАО «Еврохим» вкладывает 7 млрд. долларов США в развитие производства калия, что позволяет производить третий вид минеральных удобрений [2].

3. ОАО «Уралкалий-Сильвинит» - основано в 2011 году, путем присоединения ОАО «Сильвинит» к ОАО «Уралкалий». Вертикальная интеграция позволяет контролировать всю производственно-сбытовую цепочку – от добычи калийной руды и производства калийных удобрений до поставок продукции покупателям. Это создает эффективное управление всеми этапами операционного процесса, способствует росту предприятия и снижает риски покупателей. По объёму производства хлористого калия, предприятие занимает первое место в мире [6].

4. ОАО «Нижекамскнефтехим» - крупнейшее нефтехимическое предприятие Европы, занимающее лидирующие позиции по производству синтетических каучуков и пластиков в РФ. Основные производственные мощности находятся в городе Нижнекамске, Татарстан [3].

5. ОАО «Акрон» - одно из ведущих производителей минеральных удобрений в России и в мире. Производимая продукция имеет широкий ассортимент это и сложные удобрения (NPK и сухие смеси), и азотные удобрения (карбамид, аммиачная селитра и карбонидо-аммиачная селитра). Основные рынки сбыта: Россия, Китай и прочие страны Азии, Европы, Северной и Южной Америки. Планомерное увеличение

сотрудников на ОАО «Акрон» происходит в связи с реализацией инвестиционных проектов [5].

6. ОАО «Газпром нефтехим Салават» - российская нефтехимическая компания, во владении которой находится одно из крупнейших в России производственных комплексов нефтепереработки и нефтехимии. Предприятие осуществляет полный цикл переработки углеводородного сырья и производство более 75 наименований продукции, 50% - крупнотонажные: бензины, дизельные топлива, топочные мазуты, вакуумный газойль, стирол, полистеролы, полтэтилен высокого давления, пластификатор ДОФ, бутиловый спирт, сера, аммиак, карбамид, аммиачная селитра, сложные азотно-фосфорные и азотно-фосфорно-калийные удобрения и другие [4].

Таким образом, наиболее эффективно использует трудовые ресурсы ОАО «Еврохим», располагая самой низкой численностью трудовых ресурсов.

Литература и источники:

1. ОАО «Сибур холдинг» - [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.sibur.ru>
2. ОАО «ЕвроХим» - [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.eurochem.ru/ru>
3. ОАО «Нижекамскнефтехим» - [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.nknh.ru/>
4. ОАО «Газпром нефтехим Салават» - [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.gpns.ru/>
5. ОАО «Акрон» - [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.akron.ru/>

6. ОАО «Уралкалий-Сильвинит» -
[Электронный ресурс] – Режим доступа:
[http://www.uralkali.com/ru/press_center/
company_news/item3546/](http://www.uralkali.com/ru/press_center/company_news/item3546/)

7. Трудовые ресурсы – [Электронный
ресурс] – Режим доступа: [http://center-
yf.ru/](http://center-yf.ru/)

8. Число занятых – [Электронный
ресурс] – Режим доступа:
[http://www.gks.ru/free_doc/doc_2014/rus1
4.pdf](http://www.gks.ru/free_doc/doc_2014/rus14.pdf)

ОСОБЕННОСТИ СТРУКТУРНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ РЫНКА ЭЛЕКТРОЭНЕРГИИ И МОЩНОСТИ

Н.А. Пахомова

Научный руководитель – Л.М. Борисова

В статье я рассмотрела структуру современного рынка электроэнергии и мощности в Российской Федерации – формирование потребительских тарифов на продаваемую электроэнергию и присоединенную мощность с учетом качества этих специфических товаров с точки зрения конечных потребителей.

По состоянию на сегодняшний момент в России отношения по купле-продаже электроэнергии можно условно разделить на две основные части:

- купля-продажа на оптовом рынке электроэнергии (оптовый рынок электроэнергии и мощности);
- купля-продажа электроэнергии на розничном рынке [1].

На оптовом рынке покупателями и продавцами являются:

- операторы экспорта/импорта электроэнергии;
- генерирующие компании;
- крупные потребители;
- сбытовые организации, сетевые компании (в части приобретения электроэнергии для покрытия потерь при передаче) [2].

Субъекты оптового рынка могут выступать как в роли покупателей, так и продавцов электроэнергии и мощности. Чтобы стать участником оптового рынка организация обязана удовлетворять требованиям, указанным в утвержденных постановлением Правительства РФ от 27 декабря 2010 года № 1172 Правилах оптового рынка электрической энергии (мощности) и в Договоре о присоединении к торговой системе оптового рынка [3].

В России оптовый рынок электроэнергии и мощности пока

действует только на территории ценовых зон. Ценовая зона – это часть территории РФ, где возможна конкуренция между участниками оптового рынка электроэнергии и мощности. Существует две ценовые зоны:

- первая ценовая зона (территория Европейской части России и Урала);
- вторая ценовая зона (Сибирь).

Кроме того, есть так называемые неценовые зоны (Архангельская область, Калининградская область, Республика Коми (первая неценовая зона) и регионы Дальнего Востока (вторая неценовая зона)). На этих территориях конкуренция пока по различным техническим причинам невозможна. В неценовых зонах реализация электроэнергии на розничном рынке электроэнергии и мощности производится по регулируемым ценам.

На оптовом рынке электроэнергии и мощности осуществляется торговля двумя товарами – электроэнергией и мощностью. Мощность – это особый товар, при покупке которого у покупателя возникает право требования к генерирующим компаниям оптового рынка поддерживать оборудование, предназначенное для выработки электроэнергии в постоянной готовности.

На оптовом рынке электроэнергии и мощности работают несколько секторов рынка:

- сектор регулируемых договоров;
- рынок на сутки вперед;
- сектор свободных договоров;

- балансирующий рынок.

Цены (тарифы) на поставку электрической энергии и мощности по регулируемым договорам рассчитываются по определяемым федеральным органом исполнительной власти в области государственного регулирования тарифов формулам индексации цен. Объемы поставки электроэнергии и мощности по регулируемым договорам устанавливаются в рамках формируемого Федеральной службой по тарифам сводного прогнозного баланса производства и поставок электрической энергии таким образом, чтобы для включенного в сводный баланс производителя электроэнергии и мощности поставки по регулируемым договорам не превышали 35% от полного объема поставки электрической энергии (мощности) на оптовый рынок, определенного в балансовом решении для соответствующего производителя.

Объемы электроэнергии, не покрываемые регулируемыми договорами, реализуются по нерегулируемым ценам в рамках свободных договоров, рынка на сутки вперед и балансирующего рынка.

На розничном рынке электроэнергии и мощности могут осуществлять деятельность следующие субъекты:

- потребители электрической энергии;
- исполнители коммунальных услуг, которые приобретают электрическую энергию для дальнейшей продажи ее гражданам;
- независимые энергосбытовые компании, энергоснабжающие организации;
- гарантирующие поставщики;
- производители электрической энергии на розничных рынках, которые не имеют статуса субъекта оптового рынка или по каким-либо причинам утратили этот статус;

• сетевые организации, а также владельцы объектов электросетевого хозяйства;

- системный оператор.

Сбыт электроэнергии конечным потребителям осуществляют сбытовые компании:

- гарантирующие поставщики;
- энергосбытовые (энергоснабжающие) организации;
- производители электрической энергии (мощности) на розничных рынках.

Термин «потребитель электроэнергии» ни у кого вопросов не вызывает и понятен всем, однако кто такие «гарантирующий поставщик», «независимые энергосбытовые организации», «производители электроэнергии на розничном рынке», «сетевые организации» и «системный оператор» понятно далеко не всем. Именно поэтому рассмотрим более подробно эти категории субъектов розничного рынка.

Продажу электроэнергии конечным потребителям осуществляют энергосбытовые компании. К энергосбытовым компаниям относятся гарантирующие поставщики электроэнергии, независимые энергосбытовые организации, энергоснабжающие организации.

Гарантирующий поставщик – это энергосбытовая организация, в обязательства которой входит заключение договора с любым, кто к ней за этим обратился. При этом заявитель должен находиться в границах зоны деятельности гарантирующего поставщика. Таким образом, статус гарантирующего поставщика электроэнергии (ГП) предполагает, что потребитель не окажется заложником ситуации, когда ему откажут в заключении договора все независимые энергосбытовые организации. Договоры, которые заключаются между потребителем и ГП, являются публичными, т.е. условия этих

договоров (порядок ценообразования и другие существенные условия) регламентируются Правительством РФ.

Каждый ГП работает в своей установленной определенной зоне деятельности. Вне пределов границ зоны деятельности ГП может выступать как независимая энергосбытовая компания. Границы зоны деятельности разных ГП не пересекаются. Эти границы устанавливаются местными органами исполнительной власти в области государственного регулирования тарифов (региональные энергетические комиссии, департаменты по тарифам и ценам и т.д.) [4].

Энергосбытовые (энергоснабжающие) организации в отличие от гарантирующих поставщиков свободны в выборе покупателя (потребителя), с которым они готовы заключить договор энергоснабжения (купли-продажи (поставки) электрической энергии (мощности)).

Производители электрической энергии (мощности) на розничном рынке, установленная генерирующая мощность объекта по производству электрической энергии (мощности) которых составляет менее 25 МВт или равна, либо превышает 25 МВт, в отношении которых на оптовом рынке не зарегистрированы группы точек поставки и на которых не распространяется требование законодательства Российской Федерации об электроэнергетике о реализации производимой электрической энергии (мощности) только на оптовом рынке, продают электроэнергию на розничных рынках.

Производитель электрической энергии (мощности) на розничном рынке имеет право продавать электрическую энергию (мощность) любому потребителю, расположенному в зоне деятельности гарантирующего поставщика, в которой расположен

объект по производству электрической энергии (мощности) данного производителя, в том числе и самому гарантирующему поставщику, на основании заключенных договоров по свободным нерегулируемым ценам [5].

При этом, производитель электрической энергии (мощности) продает гарантирующему поставщику электрическую энергию и мощность по ценам, не превышающим нерегулируемые цены соответственно на электрическую энергию и мощность на оптовом рынке для такого гарантирующего поставщика.

Ценообразование на рынках электроэнергии достаточно сложный и многогранный вопрос. Его особенности заключаются в следующем:

1) потребителям, относящимся к категории «население и приравненное к населению», электроэнергия на розничном рынке отпускается только по регулируемым ценам (тарифам);

2) остальным потребителям электроэнергия отпускается следующим образом:

- в ценовых зонах (большая часть субъектов РФ) продажа осуществляется по нерегулируемым ценам;
- в неценовых зонах – по регулируемым тарифам.

Регулируемые цены (тарифы) на рынке электроэнергии и мощности устанавливаются на основании разработанного Министерством экономического развития и одобренного Правительством РФ прогноза социально-экономического развития Российской Федерации на очередной год.

Регулируемые цены на электроэнергию для потребителей неценовых зон оптового рынка (как для первой неценовой зоны оптового рынка электроэнергии, так и для второй неценовой зоны оптового рынка) устанавливаются на основании плановых величин потребления

электроэнергии по региону, которые утверждены на весь будущий год в документе под названием «Сводный прогнозный баланс производства и поставок электроэнергии в рамках единой энергосистемы». Однако фактическое потребление не совпадает с плановым по причине того, что Системный оператор (отвечает за надежность в энергосистеме), руководствуясь принципами минимизации стоимости производства электроэнергии, задает график производства электроэнергии для объектов генерации, который не совпадает с величинами из Сводного прогнозного баланса. В связи с этим покупка недостающих объемов производится по другим, нерегулируемым ценам (тарифам) на электроэнергию. В связи с этим, у гарантирующего поставщика возникают дополнительные обязательства перед генерирующими компаниями по оплате приобретенной электроэнергии, которые не покрываются оплатами потребителей по регулируемым ценам. Именно эти отклонения распределяются пропорционально на всех потребителей электроэнергии неценовых зон дополнительно к стоимости электроэнергии предъявленной потребителями по регулируемым ценам.

Кроме того, в отношении потребителей с присоединённой мощностью свыше 750 кВт (с максимальной мощностью свыше 670 кВт) введено обязательное планирование своего почасового потребления. В связи с этим в случае появления отклонений в плане от факта потребления электроэнергии, такие потребители обязаны оплачивать стоимость отклонений, определенной для гарантирующего поставщика на оптовом рынке электроэнергии и мощности. Если потребитель планирует точно, то стоимость таких отклонений минимальна. Потребители с мощностью

менее 750 кВт не планируют свое почасовое потребление электроэнергии.

Литература и источники:

1. Оптовый рынок [Электронный ресурс] / Совет рынка: некоммерческое партнёрство URL: <http://www.np-sr.ru/market/wholesale/index.htm> (дата обращения: 12.11.2014).
2. Основные положения Правил функционирования розничных рынков / РАО «ЕЭС России». URL: <http://www.rao-ees.ru/ru/reforming/roznitsa/show.cgi?content.htm> (дата обращения: 27.11.2014).
3. Проект постановления Правительства Российской Федерации «О внесении изменений в правила оптового рынка электрической энергии и мощности» [Электронный ресурс] / Федеральная антимонопольная служба. URL: http://www.fas.gov.ru/legislative-acts/legislative-acts_51140.html (дата обращения: 18.10.2014).
4. Розничный рынок [Электронный ресурс] / РУСЭНЕРГОСБЫТ. URL: <http://www.ruses.ru/energy-market/retail> (дата обращения: 24.11.2014).
5. Розничный рынок электроэнергии и мощности [Электронный ресурс] / Первая сбытовая компания URL: <http://www.pskenergo.ru/documents/rozn/> (дата обращения: 28.11.2014).

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПРОБЛЕМЫ ПРОИЗВОДСТВА
СИНТЕТИЧЕСКОГО КАУЧУКА

А.К. Хохлова, К.В. Васильева

Научный руководитель – Н.Е Гегальчий

Во всех промышленно развитых странах химический комплекс относится к числу базовых секторов обрабатывающего производства. Особое место в его структуре занимает промышленность синтетического каучука, которая имеет огромное народнохозяйственное значение. Синтетический каучук чаще используют не в чистом виде, а в виде резины. Резиновые изделия применяют в технике для изоляции проводов, изготовления различных шин, в военной промышленности, а так же в производстве промышленных товаров: обуви, искусственной кожи, прорезиненной одежды, медицинских изделий. Наиболее крупными потребителями резинотехнических изделий являются автомобильная промышленность и сельскохозяйственное машиностроение.

В России актуальность развития производства синтетического каучука обуславливается особой значимостью конечных изделий, наличием широкой сырьевой базы, трудовых ресурсов, высокой экономической эффективностью, а также большими перспективами роста потребления как на внутреннем, так и на внешнем рынке. Стабильное развитие производства синтетического каучука будет способствовать решению задач экономической безопасности страны, социальных проблем, улучшению экологической ситуации в крупных регионах-производителях каучуков, а также мегаполисах, являющихся основными потребителями конечных изделий, в том числе и автомобильных шин [1].

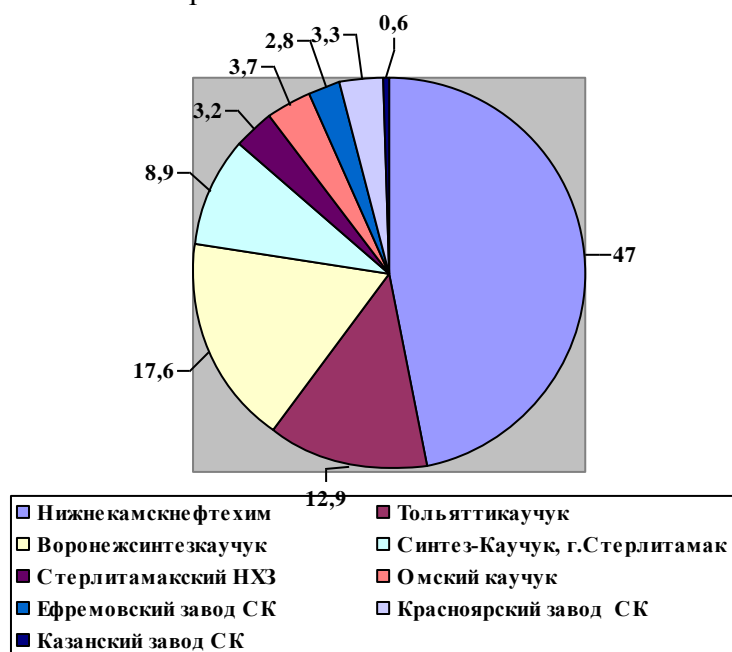


Рис.1 – Основные предприятия-производители синтетического каучука в России, % [3]

Ведущее место в структуре производства синтетического каучука занимают такие предприятия, как Нижнекамскнефтехим 47%,

Воронежсинтезкаучук 17,6%, Тольяттикаучук 12,9% и Синтез-Каучук г. Стерлитамак (рис. 1).

Эти предприятия выпускают основные виды синтетического каучука, актуальные как на внутреннем, так и на внешнем рынке. Эти каучуки делятся на два вида: каучуки специального и общего назначения. Каучуки общего назначения применяются в изготовлении изделий с высокой эластичностью при обычных температурах, к которым относятся: бутадиен-нитрильный каучук, хлоропреновый каучук, бутилкаучук, этиленпропиленовый каучук и др.

Каучуки специального назначения применяются в производстве изделий, обладающих стойкостью к действию различных растворителей, кислорода, масел, озона, морозо- и теплостойкостью: бутадиен-стирольный каучук (СКС, СК(М)С),

полибутадиеновый каучук (СКД), полиизопреновый (СКИ) и др.

Российские производители каучука становятся все менее заметными на мировом рынке. Чтобы сохранить лидирующие позиции, необходима срочная модернизация производства, так как высокий износ оборудования может привести и вовсе к вытеснению российского производителя с внешнего рынка. Примерно 80% производственных мощностей функционируют более 20 лет, а доля оборудования со сроком службы менее 10 лет составляет около 8%.

Но, тем не менее, высокая изношенность оборудования не повлияла на объемы выпуска продукции, и в периоде с 2010 по 2013 гг. они стабильно повышаются, следовательно, уже в 2013 году российские производители выпустили 1,48 миллиона тонн, на 2,7% больше, чем годом ранее (рис. 2).

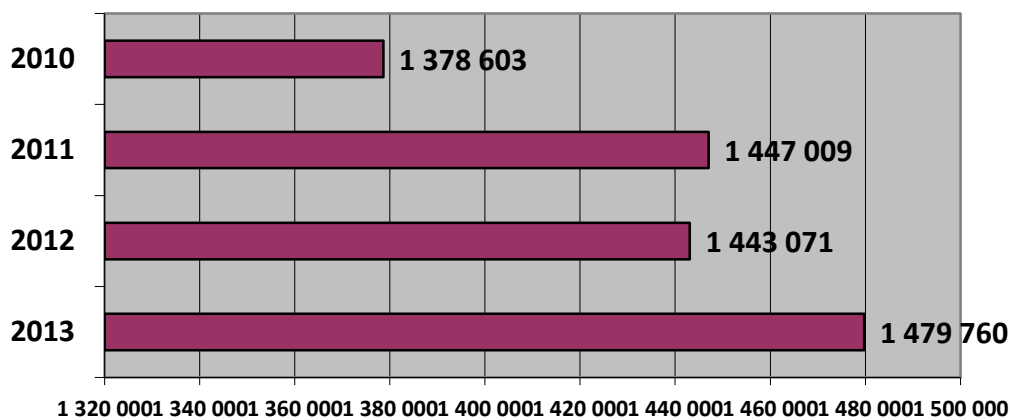


Рис. 2 –

Динамика производства синтетического каучука за период с 2010 по 2013 гг., тонн [4]

В настоящее время в отечественной экономике спрос на синтетические каучуки на внутреннем рынке удовлетворяется в основном за счет собственного производства. Доля импорта в потреблении составляет около 8%, при том, что импортируются каучуки, как правило, не производящиеся в стране. Спрос снизился на 12% относительно 2013 г., так как набирает силу тенденция

ослабления мирового спроса на синтетические каучуки в связи с усилением конкуренции со стороны производителей натурального каучука.

Российский экспорт синтетического каучука вырос в 2013 году на 8,3%, до 953,5 тыс. тонн [6]. Россия экспортировала 859,6 тыс. тонн синтетического каучука за период с января по ноябрь 2013 года. Прирост составил 4,1% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года [5].

Основная масса экспорта (89,3%) пришлась на страны вне СНГ. Ведущими покупателями выступили (86,69 тыс. тонн), Венгрия (77,37 тыс. тонн) и США (52,75 тыс. тонн) – то есть страны, развивающие автомобильную промышленность. Также российский синтетический каучук экспортировался в Латвию, Турцию, Румынию и Чешскую Республику. Прибыли от экспорта синтетического каучука продолжают снижаться: за год они уменьшились на 11,2%, до 2,4 млн. долл., что связано со сложной ситуацией на мировом рынке этого сырья, то есть цена на синтетические каучуки в течение 2013 года снизилась с 83,1 тыс. руб./тонн до 67,3 тыс. руб./тонн, что отразилось на прибыли предприятий-производителей. При неизменном объеме реализованной продукции они будут получать меньшую прибыль [3].

Так же основной особенностью рынка этого полимера является высокая зависимость от роста цен на мономеры, необходимые для производства синтетических каучуков - изопрена и бутадиена.

В связи с этим актуальным становится поиск решений, обеспечивающих быстрое повышение конкурентоспособности и устойчивости функционирования предприятий синтетического каучука на основе радикальной модернизации их технического, технологического, экологического и экономического уровне. В противном случае отечественные производители резинотехнической продукции будут все более отставать от зарубежных и вытесняться ими не только с внешнего, но и внутреннего рынков, особенно в условиях глобализации экономики [2].

Особенностями и проблемами производства синтетического каучука можно отнести:

- состояние внутреннего рынка синтетических каучуков говорит о том,

Бельгия (168,83 тыс. тонн), Польша (91,65 тыс. тонн), Китай

что наблюдается рост объемов производства, однако, предприятия отрасли периодически сталкиваются с проблемой дефицита сырья. Последующее расширение выпуска продукции сдерживается большим моральным и физическим износом значительной части основных фондов, что является ограничением предложения синтетических каучуков на внутреннем рынке;

- влияние импорта на сформировавшийся российский рынок каучуков пока еще не значительное, поэтому можно сделать вывод о том, что потребляющие синтетические каучуки секторы народного хозяйства страны - шинная и резинотехническая промышленности - практически полностью обеспечиваются отечественными материалами. Экспортные поставки остаются важной составляющей деятельности большинства предприятий - отечественное производство синтетических относится к числу экспортоориентированных;

- дефицит сырья для производства синтетических каучуков (основных мономеров - изопрена и бутадиена);

По результатам анализа проблем российской промышленности синтетического каучука, может быть использован комплекс мероприятий повышения устойчивости ее развития, направленный на устранение препятствующих факторов.

Наиболее актуальными мероприятиями, направленными на решение проблем российской промышленности синтетического каучука, являются:

- необходимость проведения реконструкции и технического перевооружения производства на основе использования современных технологий, реализация которой

возможна только при наличии значительных инвестиций;

- улучшение качества производимой продукции на основе использования современных прогрессивных научно-технических разработок;

- реализация ряда мер государственного регулирования (снижение цен на энергоресурсы, транспортные услуги, проведение более льготной налоговой и таможенной политики) и др.

- стимулирование инновационной и инвестиционной деятельности на предприятиях синтетического каучука и основных потребителей;

- проведение институциональных преобразований для более эффективного управления и развития промышленности синтетического каучука;

- обеспечение промышленной безопасности и экологичности производства;

- обеспечение социального и кадрового развития промышленности синтетического каучука и его основных потребителей.

Реализация данных мероприятий, направленных на устранение проблем отрасли и совершенствование организационно-экономического механизма, позволит достичь экологической, социальной и экономической устойчивого развития промышленности синтетического каучука.

Литература и источники:

1. Совершенствование организационно-экономического механизма устойчивого развития предприятий синтетического каучука. [Электронный ресурс] URL: <http://www.dissercat.com/content/sovershenstvovanie-organizatsionno-ekonomicheskogo-mekhanizma-ustoichivogo-razvitiya-predpri>
2. Анализ современного состояния промышленности синтетических

каучуков в России. [Электронный ресурс] URL:

<http://bibliofond.ru/view.aspx?id=606540>

3. Маркетинговое исследование. Рынок синтетических каучуков. Итоги 2013 года. Прогноз до 2020 года. [Электронный ресурс] URL: <http://www.indexbox.ru/reports/marketing-ovoe-issledovanie-rynok-kauchukov-sinteticheskikh>

4. Рынок синтетических каучуков. Текущая ситуация и прогноз 2014-2018 гг. [Электронный ресурс] URL: <http://alto-group.ru/otchet/marketing/357-rynok-sinteticheskix-kauchukov-tekushhaya-situaciya-i-prognoz-2014-2018-gg.html>

5. Российский экспорт и импорт синтетического каучука [Электронный ресурс] URL: <http://www.regfortrade.ru/>

6. Федеральная таможенная служба [Электронный ресурс] URL: <http://www.customs.ru/>

РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

ПРОБЛЕМЫ ПЕРЕХОДА ЭНЕРГЕТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ КУЗБАССА НА ИННОВАЦИОННУЮ МОДЕЛЬ РАЗВИТИЯ

И.И. Ежов, К.С. Дорофеев, А.С. Каменских

Научный руководитель – Т.А. Погорелая

Развитие национальной энергетической отрасли, как одной из стратегических отраслей российской экономики, определяет энергетическую безопасность государства и его регионов, обеспечивая электрической и тепловой энергией потребности всех отраслей промышленности и населения. В свою очередь, кузбасская энергосистема является одной из самых мощных и крупных в Сибирском федеральном округе России, занимая третье место по величине [4]. Доля генерирующих компаний нашего региона составляет около 15% в объеме выработки электроэнергии объединенной энергетической системы Сибири. Объективно энергетика Кузбасса оказывает определяющее влияние на развитие всего региона. В настоящее время в состав Кузбасской энергосистемы входят восемь крупных электростанций (Томь-Усинская ГРЭС, Беловская ГРЭС, Южно-Кузбасская ГРЭС, Кемеровская ГРЭС, Ново-Кемеровская ТЭЦ, Западно-Сибирская ТЭЦ, Кузнецкая ТЭЦ) и три блок-станции. Их суммарная мощность составляет 5041 МВт, тепловая мощность – 6977 Гкал [5].

Этого недостаточно в связи с тем, что решающим условием преодоления кризисов на уровне региона становится диверсификация его производства, а

другой важнейшей задачей является обновление существующей производственной базы. Создание новых отраслей в регионе наряду с развитием уже существующих традиционных (в существенной части экспортно-ориентированных) будет означать долговременную тенденцию к росту энергопотребления. Для сравнения, в Германии суммарная мощность всех типов электростанций государства составляет 114747 МВт, а только в одной из самых крупных энергетических организаций страны, в компании «E.ONSE» установленная мощность электростанций достигает 21200 МВт [1].

При переходе мирового хозяйства на новый технологический уровень развития и усилении интеграционных процессов хозяйственные проблемы в других странах будут оказывать на экономику российских регионов все возрастающее давление. Поэтому уже сейчас необходимо наращивать усилия по поддержанию экономического развития Кузбасса. Главная проблема заключается в том, что активно участвуя в развитии добывающего сектора Кемеровской области, инвесторы (в т. ч. из других регионов страны и иностранные) недостаточно активны в развитии кузбасской энергетической сферы. На

региональном уровне наиболее крупными предприятиями в сфере производства электроэнергии в настоящее время являются ОАО «Кузбассэнерго», ОАО «Западно-Сибирская ТЭЦ, ОАО «Южнокузбасская» ГРЭС [5]. Но их мощности недостаточно для обеспечения более быстрого роста энергопотребления, без которого невозможно преодоление зависимости развития хозяйства ресурсодобывающего региона от ценообразования на мировом сырьевом рынке. В 2014 г. спрос на электроэнергию по определению сдерживался как мировым финансовым кризисом, так и ослаблением внешнеэкономических связей. Однако, очевидно, что процесс диверсификации экономики Кузбасса уже начался, т.к. условием модернизации является более быстрый рост потребления электроэнергии, чем ВВП.

Ослабление спроса на электроэнергию со стороны

добывающего сектора негативно влияет и на развитие угольной промышленности, угольные запасы на складах Кемеровской области продолжают находиться на высоком уровне. Из-за проблемы преобладания предложения над спросом в угольной отрасли страны наблюдается продолжительное сокращение прибыли даже в базовых отраслях Кемеровской области. Именно поэтому, для того, чтобы разорвать этот замкнутый круг, необходимо создать условия для ускоренного развития «небазовых» для региона отраслей. Это позволит уменьшить зависимость от импорта многих видов важной для воспроизводства хозяйства региона и от цен на уголь на мировых рынках.

Отличительной чертой электрической энергии является практическая одновременность ее генерирования и потребления. По данным рис. 1 можно проследить динамику электробаланса в период 2008-2013 гг.

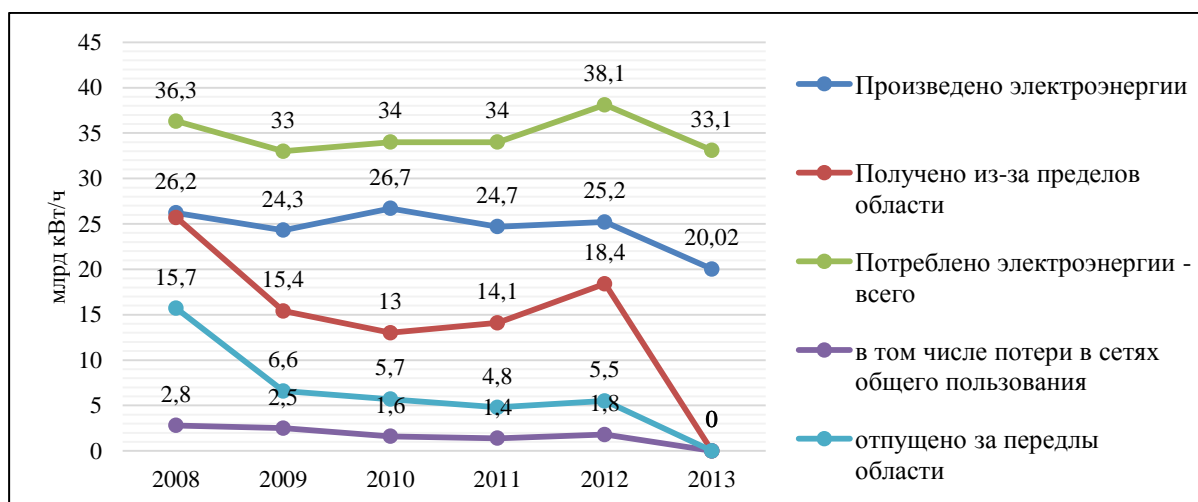


Рис. 1. – Электробаланс Кемеровской области, млрд кВт/ч [6].

Из анализа динамики данных показателей очевидно, что в настоящее время в нашем регионе наблюдается дефицит электроэнергии. Последствием энергонедостаточности стало формирование зависимости от поставок от производителей из-за пределов

области. Таким образом сформировались две противонаправленные тенденции – на фоне спада производства электроэнергии на протяжении всего рассматриваемого периода ее потребление к 2013 г. заметно выросло.

В рейтинге, предоставленном «Рирейтинг», производства электроэнергии среди 72-х регионов России на конец 2013 г. Кемеровская область занимает 18 место и составляет 20,22 млрд. кВт/ч. При этом потребление электроэнергии превысило ее производство и составляет 33,098 млрд. кВт/ч. Кузбасс стоит на 68 месте по производству электроэнергии за вычетом внутреннего потребления и составляет -13,075 млрд. кВт/ч [6].

Причины сокращения внутреннего производства электроэнергии очевидны. Кузбасс – стратегически важный регион страны, в котором сконцентрировано большое число предприятия угольной, горнодобывающей, металлургической и химической отраслей, для работы которых требуется большое количество электроэнергии. К тому же значительная часть оборудования электросетевого комплекса и генерации уже выработала свой ресурс, износ в некоторых случаях достигает до 70%, что прямо сказывается и на надежности работы оборудования. Поэтому, чтобы обеспечить надежное и безаварийное энергоснабжение потребителей, а также свою энергетическую независимость, необходимо осуществить массовую и комплексную модернизацию имеющихся мощностей, при одновременном строительстве новых объектов этой отрасли [8]. Преодоление действия этих негативных факторов развития энергетической сферы региона сдерживается острой нехваткой инвестиций в отрасль в условиях продолжающегося и углубляющегося экономического кризиса. Необходимость обеспечения надежного энергоснабжения промышленности, сохранения энергетики Кузбасса при возможных осложнениях в поставках энергии и ценовых скачках на нерегулируемом рынке требует четкой координации деятельности всех ветвей власти, потребителей и производителей электроэнергии. Для

решения этих проблем губернатор Кемеровской области Аман Гумирович Тулеев поставил задачи развития энергетического комплекса Кузбасса, обеспечения надежного и эффективного энергоснабжения потребителей региона. Реализуя свои производственные программы, предприятия энергетики строят новые энергообъекты, производят реконструкцию и модернизацию морально и физически изношенных [7].

На осуществление ремонтных программ в 2012 г. энергетики Кемеровской области затратили 4,24 млрд руб. и более 11 млрд руб. на модернизацию объектов энергетики. В 2011 г. коллегия администрации области одобрила долгосрочную инвестиционную программу компании «Кузбассэнерго» до 2014 г., нацеленную на бесперебойное энергоснабжение потребителей и снижение вредного воздействия на природу. На ее реализацию в течение трех лет направлялось более 46 млрд руб. [7]. Однако, динамика основных показателей отрасли (рис.1.) показывает, что прироста производства не произошло. Причина низкой эффективности инвестиций заключается в непроизводственных расходах. Их доля в конечной цене электроэнергии составляет 5/6 цены (последний пункт), то есть производственные затраты менее, чем 17% стоимости электроэнергии для потребителя. При таком разделении расходов на рост отрасли остается мало средств. В структуру затрат входят следующие составляющие [9]: производство топлива (работа угольных разрезов и шахт); электротехническая промышленность (производство и ремонт турбин, электрогенераторов и др.); работа электростанций; распределительная система (в основном доход акционеров).

Немаловажная роль в процессе перехода на инновационную модель

развития электроэнергетической отрасли принадлежит кадрам предприятий. Из экономически активного населения, численность которого в Кемеровской области превышает 1 380 тыс. человек, 30% трудится в сфере промышленного производства. При этом в области не хватает более 30 тысяч рабочих разного профиля. В отрасли электроэнергетики зафиксирован дефицит кадров – постоянно требуется более 1,5 тысяч

дополнительных рабочих. Прежде всего, это такие специальности как токарь, электромонтер и т.д. [2]. Повышение эффективности производства в значительной степени зависит от состава и структуры кадров, их квалификации. Работодатели испытывают потребность в квалифицированных рабочих и специалистах, которых не хватает на рынке труда.

Таблица 1. – Выпуск специалистов со средним профессиональным образованием государственными и муниципальными образовательными учреждениями по направлениям подготовки [3]

	Человек				
	2008	2009	2010	2011	2012
Выпущено специалистов – всего	12849	12477	10596	9547	9538
энергетика, электротехника, энергетическое машиностроение	1220	1101	861	824	947

Таблица 2. – Выпуск специалистов с высшим профессиональным образованием государственными образовательными учреждениями по направлениям подготовки [3]

	Человек				
	2008	2009	2010	2011	2012
Выпущено специалистов – всего	17571	17332	17160	16857	16131
энергетика, электротехника, энергетическое машиностроение	460	436	445	401	389

Анализ динамики количества выпускников со средним профессиональным образованием и высшим профессиональным образованием показывает, что в 2008-2012 гг. произошел существенный спад численности выпускников и среднего и высшего профессионального образования данного направления подготовки. Это свидетельствует о том, что работодатели продолжают испытывать острую нехватку квалифицированных рабочих и специалистов.

Таким образом, среди накопившихся проблем отрасли следует выделить:

- недостаточные объемы инвестиций в электроэнергетику;
 - серьезное отставание в сфере разработок, современного оборудования, модернизации и строительства новых энергообъектов;
 - неправильное распределение расходов на производство электроэнергии;
 - нехватка кадрового потенциала.
- Назревшие проблемы создают реальные угрозы надежности работы всего энергетического комплекса Кузбасса, обеспечивающего внутренние потребности социально-экономического развития региона и могут ухудшить положение в целом.

Очевидны несколько путей решения возникших проблем, которые следует реализовывать комплексно в тесном взаимодействии с региональными властями:

а) наращивания добычи угля и газа;

б) повышение эффективности использования топливно-энергетических ресурсов, способствующее привлечению инвестиций и повышению эффективности производства и передачи энергии, надежности и качества обслуживания потребителей;

в) строительство новых и модернизация старых объектов электрогенерации;

г) повышение оплаты труда, обеспечивающее приток кадров.

Литература и источники:

1. ЕЭС ЕАЕС [Электронный ресурс] / Энергетический профиль Германии. Электроэнергетический комплекс – URL: <http://www.eeseaec.org/contact-us/spravocnik-energetika-stran-mira-1/rynocnye-indikatory/energetika-germanii/energeticeskij-profil-germanii-elektroenergeticeskij-kompleks>
2. Желтышева Е. Рынок труда Кемеровской области [Электронный ресурс] / Е. Желтышева // Электронный

журнал об образовании. – 2010. – URL: http://www.akvobr.ru/rynok_truda_kemerovskoi_oblasti.html

3. Кемеровостат [Электронный ресурс] - URL: <http://www.kemerovostat.ru/bgd/EJEGOD/Main.htm>

4. Кузбасс [Электронный ресурс] – URL: <http://www.kuzbass85.ru/2014/12/19/s-dnem-energetika-primite-pozdravleniya-2/>

5. Мурдак А. В. Управление финансовым потенциалом в целях активизации инвестиционного процесса в промышленном регионе (на примере Кемеровской области) / А.В. Мурдак; М. : Флинта: Наука, 2010. – 264 с.

6. Риарейтинг [Электронный ресурс] / Аналитический бюллетень // Электроэнергетика: тенденции и прогнозы. – 2013. – №13 – URL: <http://vid1.rian.ru/ig/ratings/electroenergy13.pdf>

7. Савельев И. Энергия Кузбасса / И.Савельев // Губернский деловой журнал. – 2012. – № 11. – С. 119-120.

8. Уголь Кузбасса [Электронный ресурс] / Энергобезопасность как основа экономики Кузбасса. – 2010. – URL: <http://www.uk42.ru/index.php?id=184>

9. Электроэнергетика России [Электронные ресурсы] / Значение электроэнергетики в экономике России. – URL: <http://bourabai.ru/toe/rusenergy.htm#9>

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ОРГАНИЗАЦИИ МОНИТОРИНГА ЗЕМЕЛЬ В РЕГИОНАХ РЕСУРСНОЙ СПЕЦИАЛИЗАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ КУЗБАССА)

Е.А. Казанцева

Научный руководитель – Т.А. Погорелая

Комплекс мероприятий экологической политики государства и регионов должен быть увязан не только с промышленной политикой, но и с развитием системы отношений собственности, он должен быть направлен на защиту прав собственности, владения и пользования землей путем осуществления комплекса организационных, правовых, экономических действий. Особенно важно осуществить этот подход в регионах ресурсной специализации, подобных Кемеровской области.

Усиление интенсивности использования земель потенциально может служить впоследствии источником непреодолимых проблем социально-экономического развития. Несвоевременность их решения, как показывает опыт современного динамично развивающегося Китая, неизбежно ведет к огромным потерям ВВП. Поэтому комплекс мероприятий государственного и регионального регулирования земельных отношений в России должен учитывать фактор времени как наиважнейший. При рассмотрении планов развития промышленных предприятий все большее внимание должно уделяться формированию программ мониторинга природоохранной деятельности в соответствии с рекомендациями Госкомэкологии, как основного субъекта государственного регулирования земельного фонда, к основным функциям которого относятся землеустройство; планирование и прогнозирование пользования земель; перераспределение земель и разрешение земельных споров; ведение государственного земельного

кадастра; мониторинг. Все земельные участки РФ подвергаются государственному кадастровому учету с точнейшей привязкой объектов к территории. Документы ГЗК создаются по представленным данным о межевании земельных участков и отчетов по проведению геодезических работ [8].

В условиях формирования экономики знаний в России реформирование земельно-кадастровой системы должно быть связано с переводом информации на современные виды ее носителей, позволяющих осуществлять обработку огромной массы количественных, ценовых, качественных и правовых данных (о каждом контуре земельных угодий, хозяйственной и административной единице, их динамике). Отметим, что в США уже в 1980-е гг. была разработана и внедрена автоматизированная система учета землевладений.[13] Под автоматизированной системой городского кадастра принято понимать государственную информационную систему управления базами данных ГЗК (многоцелевой банк данных об экономическом и правовом режиме распоряжения землей на различных административных уровнях в РФ), с помощью современного программного обеспечения и средств информатизации, обеспечивающих доступ к базам данных. Все данные ГЗК об использовании земельных участках заносятся в систему АС ГЗК. Цели внедрения АС ГЗК связаны с гарантией сбора и хранения информации о земельных ресурсах (в Едином государственном реестре земель), на основе которой производится

кадастровый учет. Автоматизированная система ГЗК решает задачи как на Федеральном уровне, так и на уровне субъектов Федерации и районов (городов). Современное обеспечение сбора земельной и кадастровой информации состоит из спутниковых навигационных систем, электронных тахеометров, полевых комплексов компьютерной обработки данных, аэрофотосъемки, традиционных и современных (ГЛОНАСС, GPS) методов создания опорной геодезической сети, фототеодолитной и нивелирной съемки, дистанционного зондирования земли, роста качества работы с информацией [5]. На 2010 год почти половина мировых запусков принадлежала России. Предполагается, что общее число запусков удвоится в продолжение следующего десятилетия. Китай так же пытается захватить свою долю на спутниковом рынке. С этого времени конкуренция в сфере информатизации ГЗК резко обострилась.

Для активизации работы в данном направлении необходимо учитывать опыт стран с сопоставимыми условиями развития, таких, например, как КНР. Изучая успешный опыт Китая в осуществлении модернизации мониторинга земель, можно выявить наиболее перспективные направления совершенствования систем мониторинга в российских регионах. Китайское руководство, поддерживая научно-техническое сотрудничество китайских и западных компаний, своевременно создало условия для многолетнего взаимодействия со структурами NASA, что позволило ему запустить два спутника в орбиту, предназначенный для мониторинга Земли и фотосъемки для картографирования. 18.04.2004 г. ракета «Великий поход 2С» вышла с космического центра Сичан и вывела в орбиту два китайских научных спутника: ExperimentSatellite 1 и Nanosatellite 1.

Спутник ExperimentSatellite I (204 кг) стал первым китайским мини-спутником, который предназначен для стереосъемки поверхности Земли. Основными задачами осуществления этого проекта стало не только осуществление научных исследований в области картографии и мониторинг географической среды, но и съемка земельных ресурсов Китая с целью оценки их состояния и потенциала. Второй спутник (микро-спутник, 25 кг) использовался для иных высокотехнологичных экспериментов. Этот аппарат примечателен тем, что это первые микро-спутники, разработанные в Китае, которые выпустили на околоземную орбиту [4]. Отметим что, Китай продает дешевые спутниковые технологии во многие развивающиеся страны. На 2010 год почти половины мировых запусков принадлежит России. Предполагается, что общее число запусков удвоится в продолжение следующего десятилетия. Китай так же пытается захватить свою долю на спутниковом рынке. Нигерия – первая страна, купившая спутник у Китая в 2007 г. После этого Китай запустил много спутников для разных стран таких, как: Бразилия, Венесуэла, Пакистан. Стратегия Китая состоит в том, что китайские спутники являются выгодными для развивающихся стран из-за того, что их цене зачастую вдвое дешевле их эквивалентов в США [10].

К 2015 году предполагается создание системы наблюдения за поверхностью Земли, которая рассчитана на долгое и устойчивое функционирование. Система будет предназначена для наблюдения и мониторинга суши, атмосфера, поверхности мирового океана, прилегающей к Китаю, и Земным шаром в целом [2].

Автоматизированные системы ГЗК развиваются и в странах с серьезными проблемами развития экономики. Например, даже на Украине

до 2014 г. продолжалось внедрение автоматизированной системы городского кадастра, как наиболее эффективной модели для полноценной работы с данными городского кадастра. Для ведения государственного земельного кадастра Госкомзем Украины основал центр государственного земельного кадастр (ЦГЗК), который осуществляет множество различных видов деятельности, связанных с использованием АС ГЗК, разрабатывает интеллектуальные программы по управлению автоматизированной системой; создает и внедряет программно-информационные комплексы системного ведения государственного земельного кадастра; осуществляют услуги в сфере ГИС-технологий и средств топографо-геодезических съемок [6]. На эти цели было затрачено 39149 гривен (160506,99 тысяч руб.). Безусловно, это крайне недостаточное финансирование, в отличие от, например, расходов на создание и сопровождение программы АС ГЗК в республике Коми, которые составили 111,3 млрд. рублей на 2000 г. [13].

Инструмент, который обеспечивает создание, обработку и анализ информации, это геоинформационная система, в т.ч. городская геоинформационная система. Для выполнения функций автоматизации ведения земельного кадастра органы кадастрового учета (ОКУ) на конкретной территории используют карты и планы типичных масштабов, материалы кадастровых дел и оценки земель [12]. Региональный мониторинг земель в Кемеровской области проводится с 1994 г.

По результатам мониторингов, самыми значительными факторами, вызывающими снижение продуктивности земель, используемых в хозяйственном обороте в регионе, являются: разведка и добыча полезных

ископаемых; техногенные выбросы; урбанизация территорий; перевыпас скота. Эти факторы определяются ресурсно-промышленной специализацией региона. Активизация внешнеэкономической деятельности, усиление экспортной ориентации развития базовых отраслей Кузбасса (угледобывающей, металлургической, коксохимической) объективно усилили экологические угрозы, определяя развитие крайне негативных процессов, ведущих к снижению качества земель: загрязнение почв и водоемов; снижение содержания гумуса; ветровая и водная эрозия; затопление и подтопление земель. Для своевременного и эффективного предотвращения данных процессов необходим анализ по оценке, сохранению и воспроизводству земельных ресурсов в регионе. Для этого управление Роснедвижимости подготовило проект программы «Государственный мониторинг земель Кемеровской области на 2005-2010 гг.». Реализация программы позволит обеспечить органы управления точной информацией о земельных ресурсах для принятия мер по борьбе с негативными кратко- и долгосрочными процессами [1].

Данная система в Кемеровской области находится в состоянии развития. Управление земельными ресурсами столкнулось со значительными трудностями. Бюджет не получал необходимые средства от земельных платежей по причине того, что отсутствует современная, полноценная база государственного земельного кадастра.[9] Федеральным законом было предусмотрено, что в федеральный бюджет поступят средства от земельных платежей в размере 2600 млн.руб., хотя бюджет недополучил 180 млн.руб. [7]. Была организована и проведена массовая оценка объектов недвижимости, сформирована актуальная налоговая база для сбора земельного налога и единого налога на

недвижимость, организован доступ к государственному земельному кадастру недвижимости граждан и организаций. В 2008-2010 гг. МБУ «ГИЦ» принимало участие в программе «Градостроительство города Кемерово», одна из главных задач которой - создание автоматизированной информационной системы градостроительства; проектной организации, способной обеспечить градостроительной документацией; установление границ земельных участков под объекты капитального строительства. Мониторинг земель управляется Роснедвижимостью по Кемеровской области Федерального агентства кадастра объектов недвижимости.

К 2020 г. в Кузбассе планируется рост добычи угля на 43% в сравнении с 2006 г. В таком случае площадь отвалов также увеличится на 20%. Почвенный, животный и растительный покров претерпевают необратимые антропогенные изменения. Площадь земель, требующих реабилитации удвоится. Необходимый способ восстановления разрушенных экосистем, сохранение биологического разнообразия и рост экологической емкости территории – это рекультивация нарушенных земель. Она проводится горнодобывающими предприятиями. Эксперименты почвоведов в Кузбассе в последние 40 лет, доказывают, что полностью восстановить функции почвы невозможно. После посева многолетних трав продуктивность рекультивированных земель выше, чем естественных кормовых угодий. И главным способом повышения эффективности рекультивации нарушенных земель остается восстановление базы современных научных исследований. Ученые Кузбасса считают, что необходимо создание регионального научно-технического Совета по рекультивации

следующих направлений: методы диагностики состояния нарушенных и рекультивируемых земель; мониторинг за динамикой свойств экосистем; новые приемы рекультивации земель; конструирование ландшафтов рекреационного назначения [3]. Отметим здесь, что в России создана база для реального повышения эффективности использования автоматизированной системы ГЗК. Во-первых, все нормативно-методические документы системы Единой системы технологической документации приведены в соответствие с нормами федерального закона «О государственном земельном кадастре»; во-вторых, проведена модернизация средств вычислительной техники и связи, установленных в земельных кадастровых палатах Росземкадастра; в-третьих, создана законодательная и нормативная правовая база ГЗК и необходимая информационно-техническая и организационная инфраструктура [11].

Литература и источники:

1. Гридин В.Г. Экологический мониторинг Кузбасса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/ekologicheskiy-monitoring-kuzbassa>
2. «Космическая программа Китая [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://elite-astronomy.narod.ru/pr_china.htm
3. Куприянов, А. Н. Промышленная экология «Рекультивация нарушенных земель в Кузбассе: будем ли мы вечно жить среди отвалов?» [Электронный ресурс] – URL: <http://ineca.ru/?dr=bulletin/arhiv/0129&pg=011>
4. Межрегиональная общественная организация содействия развитию рынка геоинформационных технологий и услуг [Электронный ресурс] – URL: <http://www.gisa.ru/15765.html>

5. Методы и системы сбора кадастровой информации [Электронный ресурс] - URL: <http://istomin88.narod.ru/35/index.html>
6. «Необходимость создания автоматизации ведения ГЗК. Программа создания автоматизированной системы ведения ГЗК. Правовое и организационное обеспечение создания автоматизированной системы ведения ГЗК» [Электронный ресурс] – URL: <http://chitalky.ru/?p=1722>
7. Оренбургские новости [Электронный ресурс] – URL: <http://www.orinfo.ru/77517/byudzheta-nedopoluchil-180-mln-rublei-platy-za-polzovanie-zemlei>
8. Правовые функции государственного регулирования земельных отношений [Электронный ресурс] - URL: <http://www.bibliotekar.ru/zemelnoe-pravo-1/48.htm>
9. Региональная целевая программа «Создание автоматизированной системы ведения государственного земельного кадастра и государственного учета объектов недвижимости в Кемеровской области (2003 – 2007 годы)» [Электронный ресурс]. – URL: <http://pandia.org/text/77/231/32960.php>
10. «Репозиторий Вселенной» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://space-my.ru/kitaiskiesputniki.html>
11. «Создание автоматизированной системы ведения государственного земельного кадастра» [Электронный ресурс] – URL: http://old.nasledie.ru/politvnt/19_30/article.php?art=19
12. Технологические основы создания автоматизированной системы городского земельного кадастра [Электронный ресурс] - URL: <http://studyes.com.ua/diplomnie-raboti-po-zemleustroystvu/diplomniy-proekt-technologicheskie-osnovi-sozdaniya-avtomatizirovannoy-sistemi-gorodskogo-zemelnogo-kadastra-pgt-chernomorskoe/ctranitsa-17.html>
13. Указ Главы РК от 01.03.1996 г. N63 «О республиканской программе «Государственная автоматизированная система земельного кадастра республики Коми» - [Электронный ресурс] - URL: http://www.russian-north.com/sekciya5/topic-5/locat_h6xeorlv.htm

**ПОВЫШЕНИЕ РОЛИ МАЛОГО БИЗНЕСА КАК ФАКТОР ПЕРЕХОДА К
ИННОВАЦИОННОЙ МОДЕЛИ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ
(НА ПРИМЕРЕ КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ)**

Д.Е. Калыбаева, И.С. Килина, М.С. Мелехина

Научный руководитель – Т.А. Погорелая

Достижение экономического оправданного уровня комплексности и рационализации структуры экономики российских регионов является условием повышения жизнеспособности и национальной и региональной экономики. Речь не только о создании и поддержке властей центров науки и высоких технологий, которые рассматриваются в качестве «точек роста», которые, например, в Кемеровской области связаны с рациональным использованием природных ресурсов. Важнейшей задачей региональной политики является создание прочного фундамента для повышения уровня жизни населения, максимально благоприятных экономических, правовых и организационных условий для роста доходов. Особое внимание должно быть направлено на предприятия «небазовых» отраслей. При этом национальный крупный бизнес должен стать реальным участником процесса создания основ экономики знаний, научиться создавать вокруг себя малый инновационный бизнес и покровительствовать усилению его способности к нововведениям, снижающим стоимость продукции и услуг. Отметим, что успешность и динамичность развития многих западных стран опирается на динамичное функционирование предприятий малого бизнеса.

Успешное решение многих социально-экономических задач региона связано с развитием тесного взаимодействия малого и крупного бизнеса, которое может проявляться в разнообразных формах (франчайзинг, лизинг, аутсорсинг,

дилерство, субконтракция). Из которых, на наш взгляд, наиболее перспективной формой взаимодействия крупного и малого бизнеса является субконтракция, которую используют для организации собственного производства. Особенно на уровне регионального хозяйства, поскольку она позволяет малым предприятиям производить качественную продукцию, не тратя средств на аренду производственных площадей и приобретение оборудования. Благодаря субконтракции оптимизируется процесс производства и повышается конкурентоспособность всех участников таких договоров.

В экономике развитых стран продукция предприятий малого и среднего бизнеса составляет значительную долю всей экономики, т. к. именно возникновение малых предприятий может повысить уровень роста экономики. В США и странах Европы в 2013 г. на долю малого бизнеса приходилось более 50 %. Ситуация в России существенно отличается и отражает реальные глубокие проблемы развития малого предпринимательства в стране – в 2013 г. доля малого бизнеса составила лишь 23,6% ВВП страны. В нашей стране на малый бизнес всего приходится 22% рабочих мест [1]. Соотношение доли малого бизнеса в ВВП и в общенациональной численности занятых показывает его достаточно приемлемую конкурентоспособность, сравнимый с крупным и государственным сектором уровень производительности труда. Однако, очевидно, что в условиях резкого ухудшения фона для

внешнеэкономического взаимодействия, уменьшения потоков ПИИ в российский крупный сектор, инвестиции в малый сектор существенно сократятся и без значительной законодательной и финансовой поддержки из специализированных Государственных Фондов малому бизнесу будет сложно перейти к инновационной модели развития.

Потребителями произведенной предприятиями малого бизнеса продукции и услуг является местное население, частные фирмы, государственные учреждения и предприятия. Поэтому политика государства должна быть нацелена на поддержку соответствующих источников финансирования (Фондов) в субъектах РФ. Это направление государственной экономической политики осознается в нашей стране как

Задача создания в российских регионах «инновационного пояса» (сети компаний, использующих наукоемкие технологии и производящих наукоемкую продукцию) требует сосредоточиться на использовании их ресурсного потенциала с учетом развития инфраструктуры и административных институтов, необходимых для целевого инвестирования. В настоящее время Администрация г. Кемерово в качестве поддержки субъектов малого предпринимательства предоставляет субсидии на возмещение части затрат предпринимателей на уплату процентов по кредитным договорам, аренды площадей и т.п. Субсидии за счет средств городского бюджета были предоставлены 22 субъектам малого и среднего бизнеса на сумму 5,7 млн. руб. на развитие предпринимательской деятельности. Также за счет Муниципального некоммерческого фонда поддержки малого предпринимательства в г. Кемерово было профинансировано 19 проектов на

очень важный элемент стратегии модернизации и в 2011 г. Российская Федерация наряду с Южной Кореей, Францией и Словенией была отнесена к странам, которые предоставляли наиболее комплексную поддержку для НИОКР предприятий частного сектора с точки зрения процентной доли ВВП [2].

Общеизвестно, что только комплексное использование преимуществ малого и крупного бизнеса в условиях перехода к новой модели экономического развития может ускорить темпы модернизации экономики регионов, в том числе регионов ресурсной специализации, таких как Кемеровская область. При этом в регионах ресурсной специализации роль малого бизнеса традиционно ниже. Так, в Кемеровской области доля малого бизнеса в ВРП в 2013 г. составила только 12% [3].

общую сумму 13993,1 тыс. руб. Однако пока объем поддержки не достаточен для заметного изменения ситуации в этом секторе. При осуществлении работы этих проектов предприятия создали всего 49 новых рабочих мест [4]. Формирование благоприятного инвестиционного климата для регионального бизнеса в мире традиционно связано с предоставлением существенных льгот, способных быстро и значительно усилить приток инвестиций (и рост налоговых поступлений в будущем).

Очевидно, что объективно обусловленное общемировыми кризисными процессами увеличение налогов от доходов на сравнительно небольшие по объемам инвестиции, лишенных всяких льгот, не может способствовать сокращению глубоких различий в уровне социально-экономического развития регионов, формированию в них многосекторного и многоукладного хозяйства, созданию собственной экономической базы повышения благосостояния населения. В связи с этим в субъектах России существуют Государственные Фонды, которые поддерживают малые предприятия. Так, в г. Кемерово в 2011-2013 гг. по решению Кемеровского городского Совета народных депутатов от 24.12.2010 № 420 реализовывалась Программа поддержки и развитие малого и среднего предпринимательства, на реализацию которой в 2013 г. выделено 39,267 млн. руб., в т. ч. 10,308 млн. руб. из Муниципального некоммерческого

Фонда поддержки малого предпринимательства г. Кемерово. За все время работы Государственного Фонда Кемеровской области общий объем выданных поручительств составил 1 197,244 млн. руб. Отметим, что этот показатель не создает оснований для уменьшения внимания к проблемам малого бизнеса. Известны примеры более активной поддержки этого сектора даже в соседних регионах. Например, в Новосибирской области за 5 лет работы общая сумма поручительств приблизилась к 4,9 млрд. руб. Несмотря на то, что области находятся в схожих территориальных условиях, интенсивность и объемы финансирования мероприятий по поддержке малого предпринимательства заметно отличаются. В Новосибирской области поддержка малых предприятий по сравнению с Кемеровской областью находится на гораздо более высоком уровне (рис.1).

Поддержка малого бизнеса Государственными фондами

млн.руб

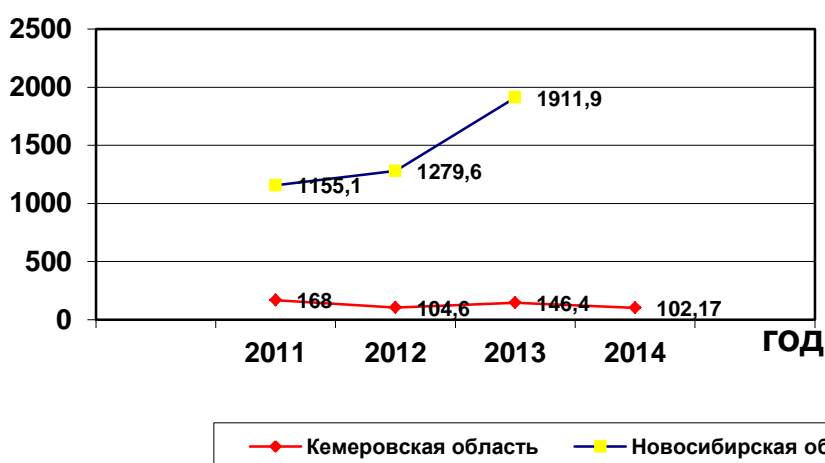


Рис. 1. – Динамика поддержки малого бизнеса Госфондами в 2011-2014 гг. [5].

Наивысший общественный результат приносят инновации, создающие новые рынки (нововведения

оцениваются не с позиции технологического совершенства, а в зависимости от соответствия реальным

общественным потребностям, платежеспособному спросу, деловой стратегии). Поэтому в контексте Концепции долгосрочного социально-экономического развития России 2020 особенно важным элементом экономической стратегии властей всех уровней должна стать поддержка малого инновационного предпринимательства на уровне регионов. В современную практику менеджмента входит формула «знания точно в срок» (just in time knowledge). С осознанием этого факта связано требование серьезной корректировки рынка труда и потому в Кемеровской области в образовательном Центре поддержки предпринимательства (ЦПП) осуществляется деятельность по консультированию предпринимателей по вопросам бизнеса, оказанию информационных и образовательных услуг [8].

С 2007 г. в области работает бизнес-инкубатор, предоставляя производственные площади предпринимателям на льготных условиях. В 2013 г. в Кемеровском Бизнес-инкубаторе продолжили предпринимательскую деятельность 18 участников. Было проведено 6 семинаров и тренингов, участниками которых стали 240 руководителей организаций малого бизнеса. Отметим, что из городского бюджета на это выделено всего 600 тыс. руб., но на организацию деятельности Муниципального бюджетного учреждения «Центр поддержки предпринимательства» администрацией города перечислено 12,282 млн. руб. Благодаря поддержке Бизнес-инкубаторов предприниматели создали 500 новых рабочих мест [6].

Постоянная нехватка денег у начинающих предпринимателей дала толчок банкам предлагать большее число вариантов кредитования малого бизнеса. Безусловно, в этом

заинтересованы не все банки, но даже такие крупные участники банковского сектора как Сбербанк, Альфа-Банк и Банк Москвы наращивают свои портфели по кредитованию малого бизнеса, предоставляя специальные кредитные программы. Например, в настоящее время 95% корпоративных клиентов Сбербанка являются представителями малого бизнеса. Отметим, что высокий уровень неустойчивости субъектов малого предпринимательства (эти риски и их последствия предсказуемы, их можно просчитать и минимизировать) сохраняет высокий процент отказа по кредитам [7]. И так как развитие малого бизнеса способствует созданию широкого слоя мелких собственников, которые могут полностью обеспечивать собственное развитие, создавать новые рабочие места, в ближайшей перспективе для привлечения инвестиций в этот сектор целесообразно использовать комплекс мер, направленных на снижение риска для инвесторов, например, эффективным механизмом может стать создание программы страхования прямых инвестиций, в т.ч. иностранных.

Темпы перехода к инновационной модели развития тесно связаны с эффективностью управления развитием малого инновационного бизнеса. Объективная оценка принимаемых мер его поддержки и динамики его функционирования, с учетом его особенностей, позволяет выделить в качестве основного направления корректировки направлений поддержки национального малого бизнеса – создание и поддержание функционирования специальных инвестиционных Фондов для осуществления реальных инноваций.

Литература и источники:

1. СМАРТ БИЗНЕС/ 10 реальных возможностей открыть малый бизнес в 2014 году - [Электронный ресурс] - URL: <http://sb-advice.com/biznes-idei/248-perspektivi-malogo-biznesa-2014.html>
2. Информационное табло ОЭСР по науке, технологиям и промышленности, 2013 / OECD science, technology and industry scoreboard 2013 - ISBN 978-92-64-205000 © OECD 2013 – [Электронный ресурс] - URL: <http://oecdru.org/zip/9213058e5.pdf>
3. Национальное деловое партнерство/ Кемеровская область: доля малого бизнеса в ВРП - [Электронный ресурс] - URL: <http://www.allmedia.ru/newsitem.asp?id=931714>
4. Кемерово. Официальный сайт Администрации города/ Пояснительная записка о реализации муниципальной программы развития субъектов малого и среднего предпринимательства в городе Кемерово в 2013 году – [Электронный ресурс] – URL: <http://www.kemerovo.ru/?page=2667>
5. Государственный фонд поддержки предпринимательства Кемеровской области/ Информация о деятельности Государственного фонда поддержки предпринимательства Кемеровской области по предоставлению поручительств СМСП по кредитам коммерческих Банков. – [Электронный ресурс] - URL: <http://www.gfppko.ru/index.php/2012-07-24-03-42-42/2012-07-24-03-42-43.html>; Фонд развития малого и среднего бизнеса Новосибирской области/ Отчеты – [Электронный ресурс] - URL: <http://www.fondmsp.ru/fund/reports/>
6. Кемерово. Официальный сайт Администрации города/ Основные позитивные итоги социально-экономического развития – [Электронный ресурс] – URL: <http://www.kemerovo.ru/page/2590/>
7. Предпринимательский фонд взаимного финансирования/ Кредит в Кемерово на развитие малого бизнеса, финансирование проектов – [Электронный ресурс] - URL: <http://337555.ru/kredit-na-razvitie-malogo-biznesa/>

ФОРМИРОВАНИЕ ИНДУСТРИАЛЬНОГО ПАРКА КАК ТОЧКИ РОСТА
СОВРЕМЕННОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО РЕГИОНА

Ю.А. Козликина

Научный руководитель – И.Г. Видяев

Наблюдающееся технологическое отставание, в российской промышленности должно быть преодолено в ходе «новой индустриализации». Инструментом ускоренного развития может выступить индустриальный парк, а также действующие на его территории налоговые льготы и тарифные стимулы. Сегодня в России является актуальным создание индустриальных парков в регионах, помогающих привлекать инвесторов, строить и развивать бизнес, а соответственно повышать конкурентоспособность региона.

Само понятие индустриального парка впервые появилось в 1896 году, когда английский финансист Эрнест Тера Хооли приобрел земельный участок вдоль манчестерского морского канала (Траффорд парк). Изначально Эрнест планировал развитие жилой и развлекательной недвижимости на участке, но в дальнейшем проект был пересмотрен в сторону промышленного назначения. В 1910 году именно здесь Генри Форд открыл свой первый европейский автомобильный завод.

В России же сегмент индустриальных парков начал развиваться совсем недавно. По информации различных источников – с 2006 года. Что примечательно, начало развития также связано с автомобильной промышленностью. Когда вокруг крупных резидентов, таких как VW, Skoda, Volvo стали появляться резиденты основной деятельностью которых является вспомогательное производство – комплектующие [4].

Индустриальный (промышленный) парк - это комплекс

объектов недвижимого имущества, управляемый специализированной управляющей компанией, состоящий из земельного участка с производственными, складскими, административными и иными зданиями, строениями и сооружениями, обеспеченный инженерной и транспортной инфраструктурой, необходимой для создания нового промышленного производства, а также обладающий необходимым правовым режимом для осуществления производственной деятельности [1].

В Российской Федерации существуют как государственные, так и частные индустриальные парки. Частные индустриальные парки в РФ предоставляют, как правило, более гибкие условия для своих **резидентов**, рассчитанные, в основном, на компании среднего уровня. Государственные индустриальные парки в России, по факту, ориентированы на очень крупные иностранные компании и корпорации, например на автомобилестроительные концерны. Впрочем, как в первом варианте, так и во втором бывают исключения. Кстати, развитых частных индустриальных парков гораздо меньше, чем государственных. Во-первых, развитие промышленности всегда выгодно государству и местной администрации в частности – больше налогов, сокращение безработицы, улучшение инвестиционного климата региона. Во-вторых, основная доля затрат на развитие индустриальных парков направлена на создание необходимого объема инженерных коммуникаций, а у государства как раз и есть все ресурсы,

позволяющие сократить данные издержки.

Важно отметить, что при строительстве индустриальных - промышленных парков есть два концептуально разных подхода в размещении и реализации проекта: **greenfield** и **brownfield** [2].

Индустриальный парк типа «гринфилд» (greenfield) - индустриальный парк, созданный на ранее незастроенном земельном участке, как правило, не обеспеченном инженерной и транспортной инфраструктурой на момент начала реализации проекта.

Индустриальный парк типа «браунфилд» (brownfield) - парк, созданный на основе ранее существующих предприятий или производственных объектов, обеспеченных инженерной и транспортной инфраструктурой, в отношении которых, как правило, проводилась реконструкция и (или) капитальный ремонт [1].

Отличительными характеристиками промышленного парка являются:

1) Совокупность объектов недвижимости, в которой размещаются производственные объекты субъектов малого и среднего предпринимательства;

2) Присутствие управляющей компании, которая оказывает услуги резидентам парка и является единым оператором комплекса объектов недвижимости промышленного парка;

3) Универсальная концепция создания и развития парка, включающая мероприятия по созданию новых рабочих мест;

4) Инженерная инфраструктура, которая необходима для организации производственного процесса [3].

Инфраструктура и коммуникации современного индустриального парка

включают в себя следующие составляющие: газопровод, электроснабжение, тепловую энергию, систему водоснабжения, утилизация отходов, квалифицированный персонал.

Промышленные парки создаются в целях формирования механизмов, которые способствуют удовлетворению спроса инвесторов на площадках, подготовленных к размещению объектов инновационной сферы, промышленности, логистики и сопутствующего сервиса. Наличие в регионе индустриального парка помогает повысить качество жизни населения, улучшая инвестиционный и инновационный климат, обеспечивая занятость трудоспособного населения. Создавая условия для разворачивания на базе промышленных парков конкурентоспособных промышленных производств и сопутствующего сервиса происходит сглаживания дифференциации в уровнях развития муниципальных образований субъектов РФ [1].

Участниками проекта по созданию индустриального парка являются резиденты, государство, частные инвесторы, банки и собственники. Каждый, из которых взаимодействует с одним или с несколькими участниками. Главным звеном в цепи является государство, которое осуществляет взаимосвязь между всеми звеньями.

На рис. 1 представлена взаимосвязь между участниками проекта.

Индустриальный парк это схема идеального бизнеса – бизнеса, когда каждый участник проекта доволен, когда каждый достигает своих собственных поставленных целей. В табл. 1 представлены преимущества для каждого из участников индустриального парка.

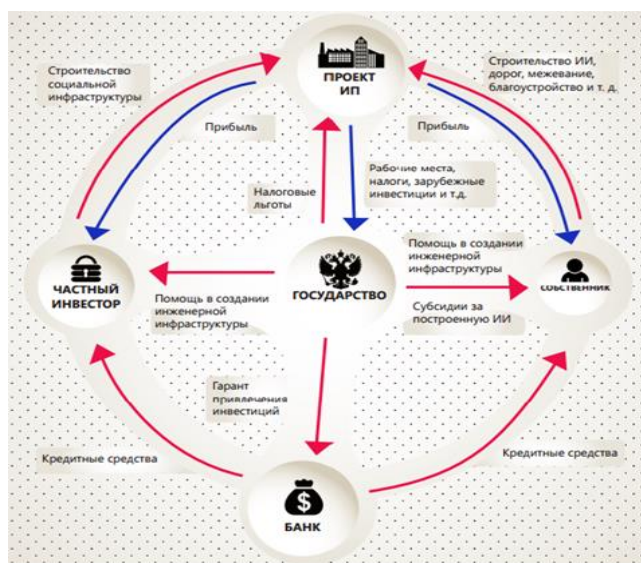


Рис. 1. – Взаимосвязь между участниками индустриального парка [4]

Таблица 1. – Преимущества участников индустриального парка

Участник проекта	Преимущества
Частный инвестор	<ol style="list-style-type: none"> 1) экономия времени на запуск проекта; 2) доступ к транспортной инфраструктуре и наличие инженерных сетей; 3) гарантированная чистота сделок с юридической точки зрения; 4) административная поддержка; 5) налоговые льготы; 6) упрощенный порядок регистрации [5]
Резиденты	<ol style="list-style-type: none"> 1) Инфраструктура. Все необходимое для полноценной деятельности своего бизнеса. Помимо полного объема инженерных коммуникаций, дорог и гостиниц, резидент получает полный спектр обслуживания, начиная с эксплуатационных и коммунальных работ и заканчивая индивидуальным подходом к возникающим потребностям. 2) Имидж района. Расположение вблизи объектов со схожими или смежными сферами деятельности является дополнительным плюсом для резидентов. Такое расположение благоприятно сказывается на производственных процессах каждого из резидентов, уменьшая затраты на логистику материалов и сокращая сроки производства путем доставок «Just in Time». 3) Налоговые льготы. Льготы распространяются только на налоги, идущие в местный и региональный бюджет: налог на прибыль (та часть, которая идет в региональный бюджет – 18%); налог на имущество; транспортный налог; налог на землю [4].
Государство	<ol style="list-style-type: none"> 1) Улучшение инвестиционного и производственного климата региона; 2) Снижение уровня безработицы – каждый объект это рабочие места – чем больше рабочих мест, тем лучше общая социальная обстановка в регионе и больше налогов; 3) Налоги – появление новых производственных объектов увеличит

налогооблагаемую базу, и как следствие поступление денежных средств, как на региональном, так и на государственном уровне. Даже, несмотря на налоговые льготы, которые часто предлагаются резидентам, денежные поступления компенсируются за счет налогов, взимаемых с создаваемого вокруг индустриальных парков малого бизнеса.[4]

Создание современной технологической платформы России является главной целью федеральных и региональных программ, которые позволят заниматься серьезными инновациями мирового уровня. Инновационная инфраструктура

региона включает в себя кроме индустриальных парков особые экономические зоны, кластеры и технопарки. Проведем сравнительную характеристику индустриального парка с каждым из перечисленных пунктов.

Таблица 3. – Сравнительная характеристика[6]

	Индустриальный парк	Особая экономическая зона	Кластер	Технопарк
Определение	Специально организованная для размещения новых производств территория, обеспеченная энергоносителями, инфраструктурой, необходимыми административно-правовыми условиями, управляемая специализированной компанией.	Ограниченная территория в регионах особым юридическим статусом по отношению к остальной территории и льготными экономическими условиями для национальных или иностранных предпринимателей.	Объединение предприятий, поставщиков оборудования, комплектующих, специализированных производственных и сервисных услуг, научно-исследовательских и образовательных организаций, связанных отношениями территориальной близости и функциональной зависимости.	Имущественный комплекс, в котором объединены научно-исследовательские институты, деловые центры, выставочные площадки, учебные заведения.
Цели создания	Создания условий для разворачивания на базе промышленных парков конкурентоспособных промышленных производств и сопутствующего сервиса.	Решение стратегических задач развития государства в целом или отдельной территории.	Дополнение друг друга и усиление конкурентных преимуществ отдельных компаний и кластера в целом.	Концентрация на единой территории специалистов общего профиля деятельности.

Литература и источники:

1. Индустриальные парки. Требования. Национальный стандарт Российской Федерации.- Москва: Изд-во Стандартиформ-2014г., с. 1.
2. Об индустриальных парках – современных промышленных зонах, [Электронный ресурс] // 2014 DEGA MARKET, URL: <http://russiaindustrialpark.ru/> (дата обращения 22.11.14).
3. Методические рекомендации по созданию и развитию промышленных индустриальных парков -2014, (дата обращения 23.11.14).
4. Индустриальные парки, Отдел стратегического консалтинга индустриальная и складская недвижимость: Knight Park-2014, с.3, с.5-7.
5. Индустриальные парки. Инвестиционный портал Ленинградской области, [Электронный ресурс] // 2014, URL: <http://lenoblinvest.ru/ru/component/content/> (дата обращения 24.11.14).
6. Индустриальные парки, технопарки, промышленные зоны Ленинградской области.- Санкт-Петербург – 2012, (дата обращения 24.11.14).

СОТРУДНИЧЕСТВО ПРИГРАНИЧНЫХ РЕГИОНОВ: АЛТАЙСКИЙ КРАЙ И КИТАЙСКАЯ НАРОДНАЯ РЕСПУБЛИКА

О.А. Шунина, В.Л. Нечаева

Регионализация является заметным и все более важным явлением хозяйственной жизни мира начала XXI века. Тот факт, что международные экономические отношения наиболее динамично развиваются внутри регионов и между соседними регионами, уже не требует доказательств и подтверждается бурным ростом региональных интеграционных объединений в рамках международной экономической интеграции.

Несмотря на то, что в системе международных экономических отношений отмечается увеличение доли таких форм международного обмена, как торговля услугами, движение капитала и международная передача технологий, ведущее место по-прежнему занимает международная торговля товарами, составляющая около половины стоимости всех трансграничных экономических потоков.

Характерным признаком современной международной торговли товарами стала ее нацеленность на обмен промышленными товарами на базе подетального и технологического разделения труда. Отмечается также ориентация внешнеэкономической деятельности национальных и транснациональных компаний, прежде всего, на свой регион и географически близкие (соседние) регионы. Таким образом, выделение и анализ внешнеэкономической деятельности определенного региона страны позволяет, с одной стороны, рассмотреть его вклад в международную интеграцию всей страны, с другой стороны, выявить влияние этого процесса на развитие самого региона.

Приграничное расположение Алтайского края является предпосылкой развития международных связей в области экономики. В условиях сложной политической обстановки ближайшим и перспективным партнером остается Китайская Народная Республика, страна, экономика которой по объективным причинам считается одной из крупнейших экономик мира. Близость географического положения и усиливающаяся тенденция к укреплению межгосударственных связей России и Китая объясняют стабильно развивающиеся отношения Алтайского края и Синьцзян-Уйгурского автономного района КНР. Стоит отметить, что с 2006 г. Алтайский край является членом Ассоциации Региональных Администраций стран Северо-Восточной Азии [1].

В целях определения места Алтайского края в российском торговом обороте с Китаем, его особенностей и динамики структуры был проведен следующий анализ с использованием данных Сибирского таможенного управления Федеральной таможенной службы [5].

В 2011 году товарооборот по сравнению с 2010 годом вырос незначительно, на 3,843 млн. долл., и составил 119,131 млн. долл. В том числе экспорт алтайской продукции в 2011 году в КНР – 24,301 млн. долл. (20,4% от общего товарооборота между Алтайским краем и Китаем), импорт продукции из КНР в регион – 94,830 млн. долл. (79,6% от общего объема товарооборота соответственно).

В 2012 году товарооборот по сравнению с 2011 годом увеличился на 79,179 млн. долл. и составил 198,301 млн. долл. Экспорт алтайской

продукции за 2012 год составил 30,365 млн. долл., импорт – 167,936 млн. долл., что структурно выражается в соотношении 15,3% : 84,7%. Увеличение доли импорта на 5,1% свидетельствует о том, что край в 2012 году стал больше импортировать из КНР, чем экспортировать продукцию в нее.

В 2013 году по сравнению с 2012 году ситуация изменилась, так как доля импорта снизилась на фоне увеличения экспорта на 9,2%, и в результате чего соотношения экспорта к импорту приняло вид 24,5% : 75,5%, или же 42,148 млн. долл. и 129,841 млн. долл. соответственно. Однако отрицательным моментом в 2013 году стало снижение товарооборота Алтайского края с Китайской Народной Республикой на

Таблица 1 – Динамика удельного веса основных товарных групп в экспорте АК в КНР в 2011-2013 гг., в %

Наименование товарной группы	2011 г.	2012 г.	2013 г.
Продукты животного происхождения	16,8	11,6	2,0
Овощи	5,1	3,6	2,6
Продукция мукомольно-крупяной промышленности	0,4	2,9	4,2
Руды, шлак и зола	12,2	44,1	60,7
Органические химические соединения	1,3	-	-
Древесина и изделия из нее	55,7	35,2	28,0
Котлы, оборудование и механические устройства; их	4,0	0,6	0,4
Ж/д локомотивы, моторные вагоны	2,8	1,2	-
Прочее	1,7	0,8	2,1
Всего	100	100	100

Как показано в таблице 1, структура экспорта за три года претерпевает значительные изменения. На фоне снижения доли других видов товарной продукции значительно увеличивается экспорт руды, шлаков и золы (на 48,5%), а также незначительно продукции мукомольно-крупяной промышленности (на 4,1%). Стоит заметить, что структура экспорта в целом по России в Китай отличается от Алтайского края [3, с. 216].

26,313 млн. долл., который в абсолютных значениях равен 171,988 млн. долл.

В первом квартале 2014 года товарооборот Алтайского края с Китаем составил 35,2 млн. долл.: 9,9 млн. долл. – экспорт, 25,2 млн. долл. – импорт, что выражает соотношение 28,1% : 71,6%, позволяющее выявить тенденцию к увеличению доли экспортируемой продукции в товарообороте Алтайского края и Китая.

У Алтайского края доля по экспорту и импорту России (в целом по всем странам) за 2011-2013 год остается неизменной - 0,1%.

Динамика структуры товарооборота между Алтайским краем и КНР представлены в табл. 1 и 2.

В 2013 году предприятия Алтайского края поддерживали деловые отношения с партнёрами из 80 стран, где третье место занял Китай. Ведущими экспортёрами края, согласно рейтингу «200 крупнейших экспортёров Сибири» по версии журнала «Эксперт-Сибирь» стали: «Алтай-кокс», «Транссервис-Юг», «Кучуксульфат», «Алтайский шинный комбинат», «Агросиб-Раздолье», «Алтайвагон» [7]. Из мукомольной промышленности можно выделить три алтайских

предприятия: «Алейскзернопродукт» имени С.Н. Старовойтова, «Алтайские мельницы» и «Топчихинский мелькомбинат», вошедшие в рейтинг основных российских экспортёров зерноперерабатывающей продукции по результатам работы во втором полугодии 2013 года. По производству

масел на экспорт лидируют «АгроСиб-Раздолье» и «Бийский маслоэкстракционный завод», входящие в состав компании «Юг Сибири». Из фармацевтической промышленности отмечается бийская компания «Эвалар» [2].

Таблица 2 – Динамика удельного веса основных товарных групп в импорте АК из КНР в 2011-2013 гг., в %

Наименование товарной группы	2011 г.	2012 г.	2013 г.
Продукция мукомольно-крупяной промышленности	1,3	-	1,4
Продукты переработки овощей, фруктов, орехов	2,2	1,5	0,0
Продукты неорганической химии	2,1	2,2	5,1
Органические химические соединения	3,5	3,1	2,6
Парфюмерные средства	3,2	4,1	3,6
Прочие химические продукты	5,1	3,2	12,7
Пластмассы и изделия из них	5,5	7,2	1,2
Хлопок	3,5	2,0	7,1
Прочие готовые текстильные изделия	8,1	5,6	2,2
Обувь, гетры и аналогичные изделия; их детали	2,1	2,1	1,7
Изделия из камня, гипса, цемента, асбеста, слюды	1,4	1,3	3,8
Черные металлы	7,2	5,3	3,0
Изделия из черных металлов	2,2	1,9	1,2
Котлы, оборудование и механические устройства; их части	26,3	17,5	25,4
Ж/д локомотивы, моторные вагоны	0,8	12,0	5,7
Электрические машины и оборудование, их части	3,3	5,0	3,0
Средства наземного транспорта, их части и принадлежности	6,5	12,1	1,7
Фотографические и оптические аппараты	1,3	1,1	0,0
Мебель; постельные принадлежности; матрацы; лампы	1,8	1,3	1,9
Прочее	11,9	11,2	14,4
Всего	100	100	100

Очевидно, что импорт Алтайского края из КНР более диверсифицированный (как и в случае со всей Россией), чем экспорт, и сложно выделить определенные тенденции. Структура импорта в Алтайском крае сходна с российской: значительная доля принадлежит оборудованию,

химическим продуктам, текстилю [3, с. 217].

Таким образом, основу экспорта в КНР из Алтайского края составляют руды, шлак, зола, древесина и изделия из нее, продукция мукомольно-крупяной промышленности, овощи, продукты животного происхождения.

Также Алтайский край поставляет в Китайскую Народную Республику овощи, муку, зерно. Из Китая в основном поставляется оборудование и запчасти, изделия из пластмассы, черные металлы, химические удобрения, парфюмерные средства, хлопок, текстильные изделия. Просматривается закономерность, характеризующая и экономику России в целом, что КНР поставляет больше готовых изделий, а Алтайский край ресурсов, продуктов сельскохозяйственной отрасли.

К факторам, влияющим на товарооборот (скорее на его объем, но не на структуру) между Алтайским краем и КНР в ближайшем будущем, следует отнести следующие. В первую очередь, это увеличение пропускной способности транспортной системы между двумя регионами, которое может произойти благодаря строительству автомобильной дороги через перевал Канас, напрямую выходящей с российской территории в Китай, что связано с проектом газопровода «Алтай» [6].

Во-вторых, и Россия и Китай пытаются ослабить влияние доллара и обсуждают переход на взаимные расчёты в рублях и юанях, что также будет способствовать развитию торговых отношений между регионом и соседствующей страной. К примеру, в октябре 2014 года страны подписали соглашение о валютных свопах на 815 млрд. рублей, как сообщает РБК-ТВ. К слову, такие расчеты уже практикуются, но в настоящее время на фоне девальвации рубля в КНР высказываются сомнения в надежности нашей валюты как валюты международных расчетов, выдвигается проблема рисков по неисполнению договоров и опасение по возможному

сокращению экспорта из-за подорожавших для россиян китайских товаров [4].

В-третьих, политическая обстановка, экономические санкции других стран, которые могут стимулировать переориентацию направлений движения торговых потоков. Однако, как будут развиваться события в недалеком будущем, сказать слишком сложно из-за быстро меняющихся ситуаций в мировой экономике и политике.

Литература и источники:

1. Алтайская правда [Электронный ресурс]. URL: <http://ap22.ru/> (дата обращения: 11.01.2015).
2. Аргументы и Факты // Еженедельник. – 26.02.2014. № 9.
3. Нечаева, В.Л. Торгово-экономические отношения Российской Федерации и Китайской Народной Республики: проблемы и пути их решения / В.Л. Нечаева. // Россия-XXI век: Тихоокеанский вектор: материалы VI Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, 4-6 мая 2014 года / Владивосток: Дальневост. Федерал.ун-т, 2014. – 348с.
4. РБК-ТВ [Электронный ресурс]. URL: <http://rbctv.rbc.ru/> (дата обращения: 29.12.2014).
5. Сибирское таможенное управление [Электронный ресурс] / URL: <http://stu.customs.ru/> (дата обращения: 09.01.2015).
6. Центр поддержки предпринимательства. Алтайский край [Электронный ресурс]. URL: <http://altaicpp.ru/> (дата обращения: 25.12.2014).
7. Эксперт online [Электронный ресурс]. URL: <http://expert.ru/> (дата обращения: 20.01.2015).

Научное издание

ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКОЙ

Межрегиональный сборник научных трудов

Выпуск 16

ТОМ 2

Издано в авторской редакции


Научный редактор *доктор экономических наук,*
профессор И.Е. Никулина
Компьютерная верстка *А.В. Халёрская*
Дизайн обложки *А.В. Халёрская*

Подписано к печати 23.03.2015. Формат 60x84/8. Бумага «Снегурочка».
Печать XEROX. Усл. печ. л. 36,52. Уч.-изд. л. 33,03.
Заказ 216-12. Тираж 100 экз.



Национальный исследовательский Томский политехнический университет
Система менеджмента качества
Издательства Томского политехнического университета сертифицирована
NATIONAL QUALITY ASSURANCE по стандарту BS EN ISO 9001:2008



ИЗДАТЕЛЬСТВО  **ТПУ**. 634050, г. Томск, пр. Ленина, 30
Тел./факс: 8(3822)56-35-35, www.tpu.ru