

Momenty wychowawcze

ISSN 2072-0297

МОЛОДОЙ

учёный

международный научный журнал

Król

Maciuś Pierwszy

Dzieci ulicy

Moski, Joški i Srule

Jak kochać dziecko

Sam na sam z Bogiem:
modlitwy tych, którzy się nie modlą

Koszałki-Opałki

16+

12
2016
Часть XII



ISSN 2072-0297

Молодой учёный

Международный научный журнал

Выходит два раза в месяц

№ 12 (116) / 2016

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ:

Главный редактор: Ахметов Ильдар Геннадьевич, кандидат технических наук

Члены редакционной коллегии:

Ахметова Мария Николаевна, доктор педагогических наук

Иванова Юлия Валентиновна, доктор философских наук

Каленский Александр Васильевич, доктор физико-математических наук

Куташов Вячеслав Анатольевич, доктор медицинских наук

Лактионов Константин Станиславович, доктор биологических наук

Сараева Надежда Михайловна, доктор психологических наук

Абдрасилов Турганбай Курманбаевич, доктор философии (PhD) по философским наукам

Авдеюк Оксана Алексеевна, кандидат технических наук

Айдаров Оразхан Турсункожаевич, кандидат географических наук

Алиева Тарана Ибрагим кызы, кандидат химических наук

Ахметова Валерия Валерьевна, кандидат медицинских наук

Брезгин Вячеслав Сергеевич, кандидат экономических наук

Данилов Олег Евгеньевич, кандидат педагогических наук

Дёмин Александр Викторович, кандидат биологических наук

Дядюн Кристина Владимировна, кандидат юридических наук

Желнова Кристина Владимировна, кандидат экономических наук

Жуйкова Тамара Павловна, кандидат педагогических наук

Жураев Хусниддин Олтинбоевич, кандидат педагогических наук

Игнатова Мария Александровна, кандидат искусствоведения

Калдыбай Кайнар Калдыбайулы, доктор философии (PhD) по философским наукам

Кенесов Асхат Алмасович, кандидат политических наук

Коварда Владимир Васильевич, кандидат физико-математических наук

Комогорцев Максим Геннадьевич, кандидат технических наук

Котляров Алексей Васильевич, кандидат геолого-минералогических наук

Кузьмина Виолетта Михайловна, кандидат исторических наук, кандидат психологических наук

Кучерявенко Светлана Алексеевна, кандидат экономических наук

Лескова Екатерина Викторовна, кандидат физико-математических наук

Макеева Ирина Александровна, кандидат педагогических наук

Матвиенко Евгений Владимирович, кандидат биологических наук

Матроскина Татьяна Викторовна, кандидат экономических наук

Матусевич Марина Степановна, кандидат педагогических наук

Мусаева Ума Алиевна, кандидат технических наук

Насимов Мурат Орленбаевич, кандидат политических наук

Паридинова Ботагоз Жаппаровна, магистр философии

Прончев Геннадий Борисович, кандидат физико-математических наук

Семахин Андрей Михайлович, кандидат технических наук

Сенцов Аркадий Эдуардович, кандидат политических наук

Сенюшкин Николай Сергеевич, кандидат технических наук

Титова Елена Ивановна, кандидат педагогических наук

Ткаченко Ирина Георгиевна, кандидат филологических наук

Фозилов Садриддин Файзуллаевич, кандидат химических наук

Яхина Асия Сергеевна, кандидат технических наук

Ячинова Светлана Николаевна, кандидат педагогических наук

На обложке изображен Януш Корчак (1878–1942) — выдающийся польский педагог, писатель, врач и общественный деятель.

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

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

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

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

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

Международный редакционный совет:

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

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

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

Ахмеденов Кажмурат Максуетович, кандидат географических наук, ассоциированный профессор (Казахстан)

Бидова Бэла Бертовна, доктор юридических наук, доцент (Россия)

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

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

Гайич Тамара, доктор экономических наук (Сербия)

Данатаров Агахан, кандидат технических наук (Туркменистан)

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

Демидов Алексей Александрович, доктор медицинских наук, профессор (Россия)

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

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

Жолдошев Сапарбай Тезекбаевич, доктор медицинских наук, профессор (Кыргызстан)

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

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

Кайгородов Иван Борисович, кандидат физико-математических наук (Бразилия)

Каленский Александр Васильевич, доктор физико-математических наук, профессор (Россия)

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

Колпак Евгений Петрович, доктор физико-математических наук, профессор (Россия)

Куташов Вячеслав Анатольевич, доктор медицинских наук, профессор (Россия)

Лю Цзюань, доктор филологических наук, профессор (Китай)

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

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

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

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

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

Рахматуллин Рафаэль Юсупович, доктор философских наук, профессор (Россия)

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

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

Узаков Гулом Норбоевич, доктор технических наук, доцент (Узбекистан)

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

Хоссейни Амир, доктор филологических наук (Иран)

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

Руководитель редакционного отдела: Кайнова Галина Анатольевна

Ответственные редакторы: Осянина Екатерина Игоревна, Вейса Людмила Николаевна

Художник: Шишков Евгений Анатольевич

Верстка: Бурьянов Павел Яковлевич, Голубцов Максим Владимирович, Майер Ольга Вячеславовна

Почтовый адрес редакции: 420126, г. Казань, ул. Амирхана, 10а, а/я 231.

Фактический адрес редакции: 420029, г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, д. 25.

E-mail: info@moluch.ru; <http://www.moluch.ru/>.

Учредитель и издатель: ООО «Издательство Молодой ученый».

Тираж 500 экз. Дата выхода в свет: 15.07.2016. Цена свободная.

Материалы публикуются в авторской редакции. Все права защищены.

Отпечатано в типографии издательства «Молодой ученый», 420029, г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, д. 25.

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИКА
И УПРАВЛЕНИЕ

Буркецова А. Н. Мотивация труда персонала.....	1147	Виноградов С. В. Теоретические и методологические основы логистического аудита.....	1178
Бурлакова Ю. В. Особенности использования командного менеджмента на предприятиях РЖД	1150	Войку И. П., Копытова О. Н., Смирнова И. С. Нетрадиционные меры повышения рождаемости и оценка вероятности их применения.....	1182
Бухорбаева А. Т. Особенности и проблемы бизнес-планирования малого бизнеса	1151	Воробьева Е. В., Разуменко В. А., Семенова Н. К. Сравнительный анализ коучинга и наставничества персонала организации, их характеристики.....	1193
Бянкина Е. С. Диагностика системы мотивации стимулирования и оплаты трудовой деятельности на примере ООО «ДНС Приморье», г. Уссурийск.....	1154	Гаранина В. А., Бородавкина Н. Ю. Выбор оптимальной бизнес-модели для производственного предприятия.....	1196
Валеева З. Л. Налоговый риск, внешние и внутренние факторы налогового риска в организациях, участвующих во внешнеэкономической деятельности	1156	Гафурова Д. Р. Пути повышения конкурентоспособности предприятий на примере АК «Узбектелеком».....	1200
Васендин А. А. Оценка эффективности долгосрочных инвестиций	1160	Гильдебрант О. В., Мильто Е. В., Хохлова Г. И. Государственно-частное партнерство: сущность и проблемы взаимодействия в России	1202
Васягин С. А. Практические аспекты управления репутацией на примере итальянских спортивных организаций	1163	Глушец Е. А. Оптимизация структуры капитала: этапы построения оптимальной структуры.....	1205
Вахрушев С. Н. Проблемы удовлетворенности населения качеством услуг на предприятиях в сфере ЖКХ.....	1166	Горбунова М. А. Статистический анализ уровня инфляции в РФ	1207
Верещагина К. А., Терещенко Д. Л., Семенова Н. К. Компенсационный менеджмент.....	1168	Горох П. Д. Анализ финансовых результатов деятельности предприятия, формирования прибыли и пути ее повышения на примере ООО «Авиатор», г. Артем.....	1208
Верхолат Р. К., Адушев М. Н. Проблемы использования оборотных активов в организациях и пути их решения на примере ООО «А-ДВ»	1171	Горяшник А. И. Набор основных методов менеджера в управлении временем	1211
Виничук З. И., Лукашина Н. В. Анализ товарных запасов на примере ООО «Донцова».....	1175	Гребенюк Т. А., Бусоедов И. А. Рынок труда в России	1213
		Грибинюк М. В., Черная Ю. А. Оценка финансового состояния предприятия и пути его улучшения на примере ОАО «Птицефабрика «Надеждинская».....	1216

Гусельникова О. Ю.

Методы стимулирования в современных условиях на примере организации работы государственных и муниципальных служащих Ханты-Мансийского автономного округа — Югры 1221

Дыдычкина А. И.

Анализ финансовых результатов деятельности и пути ее улучшения на примере ОАО «Гормолокозавод Артемовский» 1225

Евко Б. Н.

Оценка влияния эффективности межличностных отношений на деятельность организации на примере ООО УК «Империю мебели»..... 1229

Егоричев В. А.

Исследование и пути совершенствования организационной структуры ОАО «Звезда»..... 1232

Елистратова Д. А.

Эконометрическое исследование курса доллара в современных экономических условиях..... 1235

Енкина Е. А.

Совершенствование государственного регулирования системы ипотечного кредитования в Приморском крае1237

Еременко И. А., Еременко Т. И.

Логистизация кластерного подхода развития региональной экономики..... 1239

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

Мотивация труда персонала

Буркецова Анна Николаевна, помощник администратора
ИП Чеканов О. С. (Приморский край)

В исследованиях наших ученых В. А. Ядова, А. Г. Здравомыслова вопросы влияния мотивационных систем на эффективность управления персоналом получили дальнейшее развитие с учетом особенностей социально-трудовых отношений нашей страны. Однако анализ результатов зарубежных авторов А. Маслоу, Д. Аткинсона, Д. Маккллена, С. Адама и российских В. Г. Подмакова, И. Ф. Беляева, М. И. Круглова указывает на постоянное возникновение новых проблем в области именно профессиональной мотивации. К таким проблемам можно отнести: планирование кадровой политики и ее основных направлений; обоснование важнейших функций системы управления персоналом; определение требований системы управления персоналом к кадровой политике; формирование мотивационных программ; создание системы стимулирования на предприятии. Решение подобных вопросов для организаций и предприятий становится одним из важных факторов укрепления и конкурентоспособности на современном этапе экономического развития страны [1].

Эволюция применения различных методов таких, как наказание как средство мотивации, денежные выплаты за выполнение поставленных целей, индивидуальные вознаграждения, социальная политика организации, совершенствование систем организации и управления, нематериальные стимулы мотивации показали как положительные, так и отрицательные аспекты их применения, и это естественный процесс, потому что в теории и практике управления нет идеальной модели стимулирования, которая отвечала бы разнообразным требованиям. Существующие модели мотивации весьма различны по своей направленности и эффективности.

Базовую производительность труда действительно повышает мотивация. Высокомотивированный сотрудник на самом деле лучше работает. Там, где сотрудники работают хорошо, организации показывает лучшие результаты, а изменение отношения работников к труду повышает прибыльность компании Александр Хайем.

В современном менеджменте все большее значение приобретают мотивационные аспекты. Главная цель процесса мотивации — это получить как можно больше отдачи от использования имеющихся трудовых ресурсов, что

позволяет повысить общую результативность и прибыльность деятельности предприятия.

Характер мотивации (мотивы и цели, направленность, широта и интенсивность) обуславливается особенностями этапов профессионально становления субъекта — профессионального самоопределения, профессиональной подготовки, профессиональной деятельности, переподготовки.

Всем известно, что главным побудительным мотивом трудовой деятельности является стремление к удовлетворению потребностей, необходимых для жизнедеятельности человека, как биологического, так и социального существа. Особое место в формировании социальных мотивационных установок занимают организации, объединяющие людей для целей трудовой деятельности и подчиняющие эту деятельность достижению определенных конечных результатов.

В Российской Федерации существует очень много проблем, связанных с мотивационной политикой это стратегическая линия, направленная на достижение глобальных целей, стоящих перед работником, и сочетающаяся с целями предприятия, условиями быта и труда в целом на предприятии, проблема взаимоотношений с руководством, неудовлетворенность размером заработной платы. Решению этих вопросов препятствует нежелание управленческого персонала задумываться об условиях жизни и труда людей, непосредственно создающих прибыль. В рыночных условиях следует уделять особое внимание нематериальному стимулированию персонала, создавая гибкую систему льгот для работника.

Проблема совершенствования мотивации, не оспаривается ни наукой, ни практикой, так как от четкой разработки эффективной системы мотивации зависит не только повышение социальной и творческой активности конкретного работника (менеджера, рабочего), но и конечные результаты деятельности предприятий различных организационно-правовых форм собственности, производственной и непромышленной сфер деятельности.

Как известно, психическое развитие человека происходит в условиях весьма сложного и многообразного соотношения биологического и социального, оно определяется взаимосвязью органических задатков и деятельности индивида, реализуемой в конкретных социально-исторических

условиях (Брушлинский А. Б., 1974). Будучи включенной в исторически сложившиеся формы деятельности людей, любая деятельность человека подчиняется законам общественного развития.

Изучение мотивационных процессов у человека есть, по сути дела, изучение личности в ее деятельности. Специфика человеческой деятельности заключается в том, что она всегда целенаправленна. Способность к целеполаганию — одна из принципиальных особенностей человека как разумного существа. Выражая активную сторону сознания и нередко определяя способ и характер действий человека, цель, которую человек ставит перед собой, интегрирует в единое целое сложную структуру регулятивных процессов поведения, определяет то, что человек совершает данный поступок, а не иной. Большое внимание взаимосвязи мотивов и целей деятельности уделяет С. Л. Рубинштейн. Именно это обстоятельство, по его мнению, определяет сознательную психическую жизнь индивида, проводит через нее хотя и изменяющуюся применительно к обстоятельствам, но все же единую жизненную линию. И именно поэтому при изучении мотивации следует должное внимание уделить психологическому анализу деятельности.

Обусловленность психики человека исторически сложившимися формами деятельности предполагает необходимость рассмотрения проблемы мотивации также со стороны связи и взаимообусловленности деятельности и сознания. Активность человеческой деятельности определяется не только жизненной потребностью организма, но также обусловлена осознанием зависимости удовлетворения индивидуальных запросов от выполнения определенных действий, направленных на удовлетворение как нужд самого человека, так и нужд общества. Этим подчеркивается важнейшая роль сознания в деятельности человека как существа общественного по своей природе [2].

Теоретический и практический анализ проблемы совершенствования морального и материального поощрения персонала на предприятиях показал, что незаметный для неопытного глаза процесс потери интереса работника к труду, его пассивность приносит такие отрицательные результаты, как текучесть кадров, низкая производительность труда, повышенная конфликтность в коллективе и т. п. Руководитель вдруг обнаруживает, что ему приходится вникать во все детали любого дела, выполняемого подчиненными, которые, в свою очередь, не проявляют ни малейшей инициативы. Эффективность организации падает в целом [3].

Любые стимулирующие действия должны быть тщательно проработанными, причем, прежде всего теми, кто требует действий от других; так как:

1. людям важно испытывать радость от работы, отвечать за результаты, быть лично причастными к работе с людьми, чтобы их действия были для кого-то конкретно важны;
2. каждый на своем рабочем месте призван показать то, на что он способен;

3. любой человек стремится выразить себя в труде, познать себя в его результатах, получать реальные доказательства того, что он способен делать полезное, что должно быть связано с именем своего создателя;
4. важно интересоваться отношением людей к потенциальным улучшениям условий их работы;
5. каждому работнику следует предоставить возможность оценить свою значимость в коллективе;
6. в достижении цели, которую работник сам себе определил или в формулировании которой он принял участие, он проявит значительно больше энергии;
7. хорошие работники имеют полное право на материальное и моральное признание;
8. сотрудники должны иметь свободный, беспрепятственный доступ ко всей необходимой информации;
9. любые серьезные решения об изменениях в работе сотрудников должны приниматься при их непосредственном участии, с опорой на их знания и опыт, с учетом их позиции;
10. самоконтроль: должен сопровождать любые действия работника;
11. сотрудникам должна быть предоставлена возможность постоянно приобретать в процессе работы новые знания и умения;
12. всегда следует поощрять инициативу, а не стремиться выжимать из сотрудников все, на что они способны;
13. сотрудникам важно постоянно предоставлять информацию о результатах и качестве их профессиональной деятельности;
14. каждый работник по возможности должен быть сам себе шефом.

Грамотно спроектированная работа должна создавать внутреннюю мотивацию, ощущение личного вклада в выпускаемую продукцию. Человек — существо социальное, а значит, чувство сопричастности способно вызвать в нем глубокое психологическое удовлетворение, оно так же позволяет осознать себя как личность.

Анализ также показал, что каждое предприятие должно самостоятельно разрабатывать систему стимулирования и мотивации персонала, которая бы отвечала именно ее целям и задачам.

В данной статье проанализирован опыт организации системы стимулирования и мотивации персонала в ИП Чеканов О. С., г. Находка. Предприятие успешно развивается, делая ставку на эффективное управление персоналом. Мотивация труда осуществляется по всему спектру потребностей работников.

На предприятии трудится более 40 человек. Численность работников на предприятии за последние 5 лет неуклонно растет, практически нет текучести кадров.

Это позволяет сделать вывод о том, что эффективная мотивация и стимулирование труда позволяют получить эффект не только в странах, благополучных в экономическом отношении.

Ориентация на человеческий фактор дает убедительные результаты и в условиях переходной экономики.

Вместе с тем, следует иметь в виду, что в любом случае эффективная система стимулирования персонала предприятия должна отвечать таким принципам, как:

1. комплексность;
2. системность;
3. регламентация;
4. специализация;
5. стабильность;
6. целенаправленное творчество.

Придерживаясь данных принципов руководство практически любого предприятия в силах сформировать эффективную систему стимулирования труда своих сотрудников.

В условиях рынка изменяются подходы к оплате труда, оплачиваются не затраты, а результаты труда — признание рынком продукта труда в качестве товара. Средства от реализации товаров становятся высшим критерием для оценки количества и качества труда товаропроизводителей и основным источником их личных доходов.

Личные результаты трудовой деятельности работника увязываются с уровнем его оплаты посредством многообразных систем оплаты, которые могут быть простыми, сложными, сдельными, повременными, коллективными, индивидуальными, пропорциональными, прогрессивными и регрессивными. Система оплаты труда — это способ измерения оплаты за труд с его результатами.

Из всего разнообразия существующих форм и систем оплаты труда каждый предприниматель выбирает ту систему, которая в наибольшей степени соответствует конкретным условиям производства (характеру выпускаемой продукции, конкретному технологическому процессу, уровню управления, рынку сбыта, объему спроса и так далее).

Выбор предприятием той или иной формы (системы) оплаты труда зависит от многих факторов, но в любом случае в современных условиях выбранная система должна отражать стоящие перед ним стратегические цели, управленческую философию его руководителей, традиции, а также учитывать находящиеся в его распоряжении ресурсы и материальные интересы работников. Критерием

правильности выбора системы оплаты труда, должна быть ее экономическая эффективность.

От того, какая система оплаты труда используется на предприятии, зависит структура заработной платы работников: преобладает ли в ней условно-постоянная часть (тариф, оклад) или переменная (сдельный приработок, премии).

Соответственно разным будет и влияние материального поощрения на показатели деятельности работника или коллектива.

Разработанные дополнительные рекомендации по совершенствованию существующей системы стимулирования труда для ИП Чеканов О. С., г. Находка могут представлять ценность для исследуемого предприятия, так как способствуют повышению эффективности системы морального и материального стимулирования труда, а именно:

1. введение новой системы премирования работников;
2. разработка новых методов социального стимулирования работников;
3. формы нематериальной мотивации персонала;
4. разработка образовательной системы на предприятии.

Таким образом, мотивация труда на предприятии включает широкий спектр методов и способов и не ограничивается чисто материальными выплатами, существуют различные формы и методы морального стимулирования труда.

Материальное стимулирование заключается в различных премиях, надбавках, доплатах к заработной плате работников.

Применение на практике большинства предлагаемых рекомендаций показало их эффективность в повседневном управлении и необходимость их адаптации на каждом малом и среднем предприятии.

Использование различных форм и методов стимулирования позволит сформировать руководству фирмы действенную мотивацию кадров к эффективной деятельности, что, в свою очередь, будет способствовать не только функционированию, но и развитию предприятия. Поэтому хозяйственная деятельность предприятия во многом зависит от правильной организации финансовой и управленческой работы на предприятии.

Литература:

1. Егоршин А. П. Мотивация трудовой деятельности: учебное пособие. — 3-е изд., перераб и доп. — М.: ИНФРА-М, 2011. С. 29–38.
2. Захарова Л. Н. Психология управления: учебное пособие. — М.: Логос, 2012. С. 187–205.
3. Кошелева Ю. Мотивация персонала / Ю. Кошелева, М. Архипов, М. Токарева // Управление персоналом. — 2012. — № 16. — С. 12–34.

Особенности использования командного менеджмента на предприятиях РЖД

Бурлакова Юлия Валентиновна, практикант

Структурное подразделение Ружинская дистанция пути Дальневосточного филиала ОАО «РЖД» (г. Лесозаводск)

Сегодня в нашей стране происходит процесс формирования командного менеджмента, соответствующего мировым стандартам. Командный менеджмент, в зависимости от структуры предприятия, имеет свои особенности.

Актуальность проблемы заключена в интересе использования командной управленческой деятельности для эффективного функционирования российских компаний.

Как правило, командой можно назвать группу из 5–7 человек, у которых общие цели, ценности и схожие подходы к реализации совместной деятельности. Также члены команды должны иметь такие характерные навыки как:

- принимать на себя ответственность за конечные результаты;
- способность изменять функционально-ролевую соотношенность (исполнять любые внутригрупповые роли);
- иметь взаимоопределяющую принадлежность свою и партнеров к данной общности (группе).

В результате получается, что управленческая команда состоит из нескольких специалистов, принадлежащих к различным сферам организационной деятельности и работающих совместно над решением общих проблем.

Остов команды должен заключаться, в каком-то общем для всех ее членов обязательстве. Например, этим общим обязательством может быть вера в победу компании над конкурентами. Цели команды должны позволять следить за продвижением организации по пути к успеху.

Также для команды важны доверие внутри коллектива и взаимотчетность и мобильность каждого сотрудника для общего блага предприятия.

Э. Гроув, CEO компании «Intel», обозначил эффективность командного менеджмента так: «Вы должны управлять так, как это делает пожарное отделение: там не могут предугадать, где будет следующий пожар, поэтому они формируют энергичную и эффективную команду, которая сможет реагировать как в обычных, так и непредвиденных ситуациях».

По итогу, когда команда специалистов управления предприятием сформирована и стабилизирована, отсекаются такие негативные нюансы управления, как в групповом так и в индивидуальном аспекте между сотрудниками как:

- противоречия интересов;
- неопределенности в целях;
- неоднозначности способа действия;
- снижение текучести кадров;
- уменьшение затрат на адаптацию персонала;
- ослабление зависимости организации от отдельных сотрудников;

И плюсами эффективного командного управления выступают следующие рабочие моменты:

- происходит развитие компетенций состава команды, за счет наставничества и добровольного взаимообучения;
- повышается управляемость, основанная на индивидуальной и коллективной ответственности;
- повышается вероятность принятия более проработанных и качественных решений;
- высокая скорость внедрения принятых решений;
- надежность (особенно в случае форс-мажорных ситуаций) при общем снижении затрат на контрольные функции;
- повышение результативности в целом;
- повышение самоорганизации, самоконтроля, при групповом контроле (линия контроля внутри группы жестче, чем контроль внешней среды);
- повышение стоимости «бренда» за счет согласованности представления о компании формируемой контактным персоналом во внешней среде (без дополнительных финансовых вложений на рекламу и PR).
- новаторство и творческий подход в создании новых стандартов, путей оптимизации, поступающий от членов команды.

Поэтому, на предприятиях для поднятия всеобщего командного духа, сплочения коллектива организуют различные тренинги, корпоративные вечеринки, совместные выездные мероприятия в неформальной обстановке.

А также организации повышают материальную мотивацию сотрудников к выполнению поставленных перед компанией задач. Сегодня, как никогда ценно умение заинтересовать сотрудников эффективно работать.

Итак, проанализировав суть командного менеджмента и его плюсы в стратегическом аспекте, я считаю, что применение командного стиля управления больше подходит для крупных холдингов и корпораций, а также небольших предприятий с численностью персонала от 20 человек.

Это позволит предприятиям быстро реагировать на внешние изменения среды, даст ответы на сложные вопросы ведения бизнеса, ведь для успешного управления лидерам требуется очень глубокое знание многих дисциплин. И сплоченная группа разноплановых специалистов сможет сделать компанию конкурентно способной, не привлекая к помощи финансовые резервы компании.

Российские железные дороги выполняют особую функцию в стабилизации экономической системы России. Перевоз необходимых грузов и как транспорт железная дорога доступна для большинства граждан. По последним данным ОАО «РЖД» перевозит свыше 2 млрд пассажиров и 1,8 млрд тонн грузов в год. В ОАО «РЖД» работают 1 760 000 сотрудников.

Очевидно, что такое крупнейшее предприятие будет стараться соответствовать мировым стандартам управления. В частности, организация успешно перешла и использует командный менеджмент управления.

К нюансам командного управления на ОАО «РЖД» сегодня относятся:

- эффективная работа совета директоров при помощи комитетов и комиссий, состоящих из высококвалифицированных менеджеров для быстрого поиска точных решений наиболее значимых проблем, а также вовлеченных в процесс разработки стратегии ОАО «РЖД»;
- расширение полномочий по утверждению сделок;
- регламентация основных управленческих вопросов;
- создание единого правового кодекса;
- регулирование финансовой и хозяйственной деятельности дочерних обществ, повышение эффективности управления бизнесом в дочерних обществах.
- регулирование кадровой политики.

Командный менеджмент предполагает проведение мероприятий по формированию, укреплению производственных команд, и стимулированию эффективности их труда.

ОАО РЖД проводит следующие мероприятия для поддержания командного духа:

- разрешение корпоративных конфликтов, как правило, на ранних стадиях и их предупреждение;
- актуализирует высокую долю ответственности перед обществом;
- предоставление рабочих мест населению;
- способствует развитию инфраструктуры в регионах;

Литература:

1. Жуков Ю. М. Методы и технологии командообразования // Методы практической социальной психологии. М.: Аспект Пресс, 2014.
2. Жуков Ю. М., Хренов Д. В. Выстраивание системы структурированного менеджмента в организации (случай из практики) // Инструменты развития бизнеса: тренинг и консалтинг. М.: Класс, 2012.
3. Прохоров А. П. Русская модель управления / А. П. Прохоров. — М.: Издательство студии Артема Лебедева, 2014, — 496с.
4. Садохин А. П. Введение в теорию межкультурной коммуникации. — М.: Высшая школа, 2015—310 с.
5. Фалькова Е. Г. Межкультурная коммуникация в основных понятиях и определениях: Методическое пособие. — СПб.: Ф-т филологии и искусств СПбГУ, 2013.

Особенности и проблемы бизнес-планирования малого бизнеса

Бухорбаева Асель Тагабергеновна, магистрант
Оренбургский государственный университет

В условиях рынка невозможно добиться стабильного успеха в бизнесе, не решая задачи его эффективного развития, не анализируя информацию о его состоянии и перспективах, о целевых рынках сбыта и конкурентов. В связи с этим на определенной стадии планирования и со-

- социальная поддержка сотрудников и граждан;
 - участвует в разработке проектов по уменьшению негативного воздействия на окружающую среду;
 - внедрение мотивационных программ: ипотечная программа, увеличение пенсионного обеспечения;
 - поддержка молодых специалистов;
 - оздоровление сотрудников в санаториях;
- Как мы выяснили, руководство ОАО РЖД для сплочения команды и ориентации коллектива на достижение общих целей спрогнозировало специальный кодекс корпоративной этики, где прописаны мотивационные аспекты для каждого сотрудника.

Особенностями командного менеджмента управления на железной дороге можно выделить:

- единство кадровой политики и правового пространства во всех подразделениях ОАО РЖД;
- коллективное представление бренда железнодорожного холдинга специальной униформой, шаблоном в обращениях к клиентам, соблюдение внутрикorporативной этики.
- единство в принятии финансово-хозяйственных вопросов во всех подразделениях ОАО РЖД;

Таким образом, развитие командного менеджмента, позволяющее использовать командные эффекты для повышения конкурентоспособности бизнеса, с нашей точки зрения, это объективная реальность. Для того, чтобы командное управление стала реальностью наших организаций, необходимо стремление к созданию совместного успеха с единомышленниками.

здания бизнеса, а также в процессе его воплощения встает необходимость составления бизнес-плана. Каждый предприниматель знает, о необходимости грамотного составления бизнес-плана, так как он служит визитной карточкой при сотрудничестве с потенциальными инвесторами, бан-

ковскими учреждениями при обращении за кредитом и другими экономическими агентами.

Бизнес-планирование — это объективная оценка собственной предпринимательской деятельности и необходимый инструмент проектно-инвестиционных решений в соответствии с потребностями рынка и сложившейся экономической ситуацией [1].

Бизнес-составление плана предполагает собою независимый тип плановой работы напрямую взаимосвязанный с формированием предпринимательства.

Бизнес-планирование может приносить следующие выгоды:

- 1) создает основу для эффективных решений в области управления;
- 2) снижает уровень рискованности действий предприятия;
- 3) способствует четкости координации действующих бизнесменов;
- 4) создает возможность увидеть ожидаемые изменения рыночной обстановки.

Для того чтобы бизнес-планирование было эффективным, успешным и результативным необходимо наличие обязательных взаимосвязанных между собой условий, составляющие инфраструктуру процесса бизнес-планирования.

1. Методология и методика, позволяющие разрабатывать, анализировать, контролировать выполнение бизнес-плана; наличие у финансистов и экономистов высокой квалификации, чтобы применять необходимую базу методов и способов реализации проекта.

2. Необходимость во внешней информации о состоянии экономики в целом, и внутренней о состоянии самого предприятия.

Информация применяется такая как:

- 1) экономическая информация (прогнозирование процентных ставок по ссудам, темпов инфляции, роста ВВП и другие);
- 2) учетная информация (бухгалтерский баланс, отчет о прибылях и убытках, отчет о движении собственных и заемных средств и т. д.);
- 3) политическая информация;
- 4) информация о валютном, фондовом рынках, сообщения финансовых органов, информация учреждений банковской системы;
- 5) организационный блок, представляющий собой службу аппарата управления, обязанности которых состоят в контроле над выполнением бизнес-планирования различных подразделений предприятия;
- 6) программно-технические средства, используемые в процессе планирования финансов и контроль над их распределением.

На сегодняшний день, когда малые и средние предприятия активно формируются и развиваются, для повышения эффективности их бизнеса и сохранения конкурентоспособности им нужны современные инновационные

подходы к управлению, одним из наиболее результативных инструментов управления малым бизнесом и считается бизнес-планирование. Отказ от составления бизнес-плана, при управлении предприятием, сопровождается колебаниями, ошибочными маневрами, несвоевременным изменением ориентации, являющимися причинами плохого состояния дел.

Результатом процесса планирования является бизнес-план.

Бизнес-план — это комплексный документ, отражающий важнейшие аспекты и показатели, дающие объективное представление о будущем инвестиционном проекте. В работе дается более общее определение этого понятия, охватывающее всю область бизнес-планирования: бизнес-план — это план разумной организации конкретного дела [2].

В современных условиях существования на рынке предприниматели, бизнесмены, разработчики бизнес-планов должны соответствовать высокому уровню технико-экономического развития, быть способным к конкурентной борьбе, исследовать маркетинг бизнес-среды, рационально использовать материальные, трудовые, финансовые и интеллектуальные ресурсы. Также важно разрабатывать альтернативные варианты, учитывая изменения показателей финансово-экономической деятельности. Бизнес-план представляется и как технико-экономическое обоснование бизнес-проекта и как план мероприятий, направленных на реализацию идей бизнес-проекта.

Использование методов бизнес-планирования, включающие почти весь спектр менеджмента, упорядочивает и систематизирует процесс принятия решений. В технологию бизнес-планирования включен механизм поиска оптимального управленческого решения, на основе возможностей и потенциала внешней и внутренней среды предприятия. Больше всего в бизнес-планировании нуждаются малые и средние компании из-за высокой степени неопределенности, риска, меньшего допуска на ошибку.

Методология бизнес-планирования включает теоретические основы, методики проведения исследований, методики расчета показателей и рекомендуемые формы практического представления информации по каждому разделу бизнес-плана.

На сегодняшний день следует отметить возрастающую популярность применения зарубежных методик:

- 1) Методика UNIDO (Организация Объединенных Наций по промышленному развитию);
- 2) Методика ЕБРР (Европейского банка реконструкции и развития);
- 3) Методика, разработанная в рамках программы ТАСИС (программа «технического содействия»).

Структуры инвестиционных бизнес-планов, созданные по методикам, имеют свои особенности: структура, предлагаемая ЕБРР, — более лаконичная и емкая в области содержания. При этом акцентировано внимание на деятельности уже существующей компании, поэтому появляется

возможность исследования направлений формирования и развития функционирующего предприятия. Структура инвестиционного бизнес-плана, предлагаемая ТАСИС, слишком разветвленная и никак не соответствует нуждам отечественного инвестора. Более приемлемой для российских условий функционирования считается структура инвестиционного бизнес-плана по UNIDO, которая также предусматривается в отечественных программных продуктах, что дает возможность разработчику инвестиционного бизнес-плана снизить трудоемкость его разработки и развития. Помимо этого, структура согласно данной методике логично встраивается в очередность работ по формированию инвестиционного бизнес-плана в рамках применения информационных технологий как соответствующего инструментария.

Система бизнес-планирования в малом бизнесе имеет собственную специфику, так как в ходе бизнес-планирования решает иные целевые задачи, где особую долю занимает принятие определенных оперативных результативных решений в небольшой период времени. При бизнес-планировании дается небольшой шанс на ошибку, потому что даже совсем маленькая и казалось бы незначительная ошибка в малом бизнесе может стать фатальной и привести к финансовому и экономическому кризису. Для малого бизнеса характерно отсутствие или же небольшой опыт планирования деятельности, поэтому менеджеры не готовы к исполнению функции планирования. Специфика бизнеса такого рода заключается и в тесной взаимозависимости с внешней средой, которая меньше поддается контролю и наиболее агрессивна, а это, в свою очередь, формирует большую неопределенность и непредсказуемость в перспективе развития бизнеса.

Малым фирмам трудно осуществлять всеобъемлющую плановую работу, в частности дорогостоящее стратегическое планирование. Однако они могут применять некоторые модели планирования, в особенности оперативное составление бизнес-плана; использовать уже готовые программы стратегий, принадлежащие известными фирмами и исследовательскими организациями, и стараться определять собственные стратегии по мере роста компании.

Невзирая на проблемы реализации планирования в небольшом предприятии, внешняя среда у подобного предприятия меньше поддается контролю и наиболее агрессивна, нежели чем у крупной фирмы, таким образом, будущее маленькой компании более непредсказуемо. Но и у нее имеются свои достоинства в организации планирования, главное из которых — внутренняя сфера малого предприятия более проста, а потому более обозрима и прогнозируема.

Для субъектов малого бизнеса имеются методические рекомендации, напрямую нацеленные на формирование и развитие инвестиционного бизнес-плана, для того чтобы оказать помощь субъектам малого предпринимательства при обращении за финансированием. Разработаны методические рекомендации Федеральным фондом поддержки малого предпринимательства (ФФПМП) [3].

ФФПМП должен дать оценку потенциально возможным рискам до принятия обязательств о выделении средств на финансирование проекта, а кроме того понять, каким способом можно ослабить или разделить риски с другими заинтересованными сторонами.

Исследуя российские методические рекомендации, необходимо также отметить разработанный Правительством РФ макет инвестиционного бизнес-плана, представляемого претендентом в составе заявки на финансирование из бюджета развития РФ, который используется в основном при привлечении бюджетного финансирования в рамках реализации инвестиционного бизнес-плана.

Необходимо отметить, что исследование российских методических разработок по формированию инвестиционных бизнес-планов показало: требования ЮНИДО наиболее полно отражены в методических рекомендациях по подготовке инвестиционных предложений для представления потенциальным инвесторам [3].

Существенной проблемой при разработке бизнес-планов является очередность формирования отдельных разделов проекта. Зарубежные методики представляют предметно-направленный вариант проекта, когда во главу ставится план маркетинга, а задача последующего планирования сводится к обеспечению выпуска нужной номенклатуры изделий необходимого ассортимента. Выбор такого варианта, в первую очередь, определен: высокой гибкостью производства, что дает возможность быстро изменять выбор ассортимента выпускаемого продукта; конкурентной борьбой, поменявшей отношение к качеству издаваемой продукции; значительной степенью неопределенности возмущений окружающей среды.

Бизнес-планирование считается не только лишь инструментом с целью привлечения определенных инвестиций в проект, но также и одним из основных инструментов менеджмента, который можно применять для реализации программ производства, формирования, слияния с другими фирмами, при решении задачи повышения эффективности производительности работы компании, сокращения циклов принятия решений и соответствующих бюрократических операций, что, в итоге, позволит упростить управленческую составляющую предприятия.

Бизнес-план — это рабочий инструмент как для вновь формируемых, так и для уже функционирующих фирм; он представляет лаконичное, точное, доступное и понятное описание бизнеса, в то же время являясь важнейшим инструментом при рассмотрении большого числа потенциально возможных ситуаций, позволяющих выбрать наиболее рациональные и перспективные решения и определять ресурсы для их достижения.

Бизнес-план — достаточно востребованное средство информационного обеспечения управления и оценки деятельности компаний. Несомненно, что понятию сущности бизнес-планирования способствуют не только собственно теоретические исследования, но и широкомасштабные разработки практического плана. Это обстоятельство ука-

зывает не только на актуальность данной проблематики, но и указывает на масштаб ее значимости как для экономики страны в целом, так и для отдельно взятого хозяйствующего субъекта.

Литература:

1. Головань С. И. Бизнес планирование и инвестирование / С. И. Головань, М. А. Спиридонов Учебник. Ростов н/Д: Феникс, 2008. — 302 с.
2. Вайсблат, Б. И Управление рисками бизнес-плана инвестиционного проекта / Б. И. Вайсблат, М. А. Пистонов // Экономический анализ: теория и практика, 2012. — № 2. — С. 25–29. — Библиогр.: с. 29 (6 назв.)
3. Чараева, М. В. Обзор методик формирования инвестиционного бизнес-плана / М. В. Чараева, А. В. Палеев // Финансы и кредит. — 2014. — № 18. — С. 2–8. — Библиогр.: с. 8 (6 назв.).

Диагностика системы мотивации стимулирования и оплаты трудовой деятельности на примере ООО «ДНС Приморье», г. Уссурийск

Бянкина Екатерина Сергеевна, делопроизводитель
852 База хранения военной техники и имущества (Приморский край)

В современных условиях торговые предприятия используют различные методы повышения объемов реализации и ускорение товарооборота. Одним из таких методов является организация грамотной системы мотивации сотрудников. В исследовании рассмотрен KPI (KeyPerformanceIndication) — ключевой показатель эффективности, который позволяет оценить эффективность выполняемых действий предприятием в целом, отдельными подразделениями и каждым конкретным сотрудником. Совершенствование системы мотивации в ООО «ДНС Приморье» на основе KPI позволит увеличить объемы реализации магазина, оценить личную эффективность каждого сотрудника, а так же мотивировать персонал на достижение требуемых результатов.

Ключевые слова: трудовые ресурсы, системы мотивации, оплата труда

Проблема мотивации работника к эффективному труду всегда была одной из главнейших управленческих проблем. Мотивация — это комплекс причин, побуждающих работников к целенаправленным действиям. Она выступает движущей, побудительной силой человеческой деятельности и поведения на основе глубокой личной заинтересованности и вовлеченности в ее осуществление [4, с. 71]. Следует различать социально-психологическую и социально-экономическую мотивации. Мотивация персонала — это способ управления поведением работника, воздействие на него с помощью материальных и моральных стимулов.

В настоящее время очень важно учитывать нематериальные мотивы человека, такие как:

- благоприятный психологический климат;
- желание прочувствовать свою самостоятельность и ответственность за определенный участок работы;
- карьерный рост;
- стремление оказаться в определенном окружении;
- престижность места работы [1].

Представим самые известные системы оплаты труда в торговой деятельности, таблица 1.

Таблица 1. Системы оплаты труда в торговой деятельности

Система материальной мотивации	Характеристика
Фиксированный оклад	Оклады ниже, чем получают продавцы в среднем по рынку труда в регионе с учетом процента от продаж. Плохо стимулирует работников, привлекает случайных людей, которые легко уволятся, как только подвернется лучший вариант.
Оклад плюс процент продаж всего магазина (или равная для всех премия при выполнении плана продаж)	Такой вариант возможен в магазинах, где роль продавца в продажах сведена к минимуму (например, магазины самообслуживания, продуктовые, товары повседневного спроса) или трудно выделить долю продаж конкретного продавца. В коллективах, где продавцы примерно одного уровня и настроены к друг другу лояльно, такой вариант тоже может быть удачным.
Оклад плюс процент от личных продаж	Такую схему уместно применять при продажах, требующих консультирования покупателя и активной работы продавца. Необходимо продумать систему учета продаж каждого работника.

При системе «оклад плюс проценты» нижняя планка фиксированного оклада не может быть меньше установленного МРОТ (минимальный размер оплаты труда, ежегодно утверждается государством). В процентном отношении доля фиксированного оклада должна составлять от 25 % до 50 % всех выплат работнику, иначе снижается стимулирующее действие процентов от продаж. Если же дополнительная оплата в виде премии привязана просто к перевыполнению плана, то размер премии должен быть не меньше, чем 20 % от оклада, иначе она будет недостаточно мотивировать персонал. Отметим, что удельный вес работников розничной торговли в крае с заработной платой ниже среднего уровня составляет 69 % [5].

Уровень месячных продаж, который в магазине определяют, как плановый, обычно рассчитывают на основании точки безубыточности, то есть когда торговая наценка покрывает все расходы магазина за месяц, включая фиксированные оклады продавцов. Если же установить слишком высокий, практически недостижимый для магазина план продаж, то это будет, наоборот, демотивировать продавцов.

В настоящее время в городе Уссурийске работают много торговых предприятий специализирующихся на продаже компьютерной, цифровой техники и периферийными устройствами. В связи с этим для ООО «ДНС Приморье» хорошего товарооборота можно добиться двумя способами:

- торговать уникальным товаром;
- иметь высокий уровень продаж.

ООО «ДНС Приморье» ориентируется на второй вариант, пытаясь увеличить объемы реализации любыми методами. Одним из способов увеличить продажи является совершенствование системы мотивации персонала. При диагностике трудовой мотивации, ценностных ориентаций и удовлетворенности трудом персонала ООО «ДНС Приморье» в качестве методов получения информации были использованы анкетирование и структурированное интервью. Были опрошены 11 сотрудников магазина. Анализ полученных результатов показал, что общая удовлетворенность трудом в компании составила 63 %, не удовлетворены 33 % опрошенных, 4 % затруднились в своем отношении.

В ходе более детального обследования (интервью) было выявлено, что работники ООО «ДНС Приморье» разделились на три почти равные группы:

1. одна группа (около 28 % опрошенных) удовлетворена полностью и практически всеми аспектами труда (содержание труда, оплата, психологический климат и социально-бытовыми условиями труда),
2. вторая группа (около 35 %) удовлетворена содержанием работы, социально-бытовыми условиями и психологическим климатом, но не удовлетворена заработной платой и системой денежного вознаграждения,
3. третья группа (около 26 %) не удовлетворена почти всеми аспектами трудовой деятельности в компании.

Это же деление наблюдалось в ответах по ценности для сотрудников различных аспектов работы в ООО «ДНС Приморье»:

1. для первой группы наибольшую ценность представляло стабильность и уверенность в будущем, а также возможность общения с коллегами на работе (хороший психологический климат);
2. для второй группы наибольшую ценность представляли важность и содержательность работы, хорошая зарплата и возможность профессионального роста;
3. для третьей группы наибольшее значение приобрело близость работы от дома, комфорт и хорошие социально-бытовые условия на работе.

Важным аспектом является тот факт, что не всех работников, неудовлетворенных системой материального стимулирования, не удовлетворяет именно размер заработной платы. Так, некоторых сотрудников не устраивает именно отсутствие связи между результатами и оплатой труда. Работники связывают личный вклад в работу и ожидают соответствующей заработной платы. Таким образом, действующая система материального стимулирования работников неэффективна. Приведем причины:

- предлагаемые стимулы не соответствуют внутренним мотивам работников;
- нечетко сформулированы служебные функции и критерии оценки персонала;
- в системе стимулирования преобладают негативные стимулы;
- не отлажена гибкая и оперативная система оценки персонала.

В результате анализа положения об оплате труда можно сделать вывод, что материальная мотивация персонала слабая и отсутствует Положение о мотивации.

В результате исследования системы мотивации, стимулирования и оплаты трудовой деятельности в ООО «ДНС Приморье», г. Уссурийск, можно сделать вывод что необходимо совершенствовать эффективность работы каждого сотрудника, подразделения и предприятия, а также систему мотивации персонала.

Для совершенствования системы мотивации, стимулирования и оплаты трудовой деятельности в ООО «ДНС Приморье», г. Уссурийск были предложены следующие мероприятия.

1. Совершенствование система мотивации на основе КРІ.

КРІ (КПД) используются как инструмент измерения качества работы всей организации и/или персонала. В розничной торговле выделяют пять основных КРІ: продажа за час/сутки, средний чек, сколько продано товаров за одну сделку, соотношение зарплаты к продажам, конверсия.

2. Мероприятие по проведению конкурсов.

Для повышения производительности труда можно предложить мероприятие по проведению конкурсов. Суть данного мероприятия — моральное и материальное поощрение

работников предприятия путем проведения на предприятии конкурсов «Лучший организатор труда», «Лучший менеджер» и т. д., что ведет к повышению производительности труда.

3. Внедрение системы премий по результатам труда.

Материальное стимулирование предполагает, что дополнительные усилия работников, приведут к значительным для предприятия результатам, будут должным образом компенсированы в виде премиальных и социальных благ.

В результате проведенных мероприятий ООО «ДНС Приморье», г. Уссурийск сможет дополнительно получить выручку от продаж в размере 984369,08 тыс. руб. (106 %). Себестоимость возрастет на 2956,00 тыс. руб. изменение на 0,38 %, что незначительно окажет влияние на сумму прибыли.

Производительность труда возрастет на 468,23 тыс. руб. и составит 8272,01 тыс. руб.

Общая рентабельность увеличивается с 2,61 % до 8,12 % изменение +5,51 %, а рентабельность продаж с 5,9 % до 11,23 %, что подтверждает целесообразность внедрения мероприятия.

Выдвинутые предложения по совершенствованию системы мотивации, предложены руководству ООО «ДНС Приморье», г. Уссурийск в качестве инструмента, для повышения эффективности трудовой деятельности в ООО «ДНС Приморье», что подтверждаю показатели: выручка предприятия повысилась на 5, %, прибыль выросла в 2,9 раза, а производительность труда увеличилась на 390,19 тыс. руб./чел. (105 %).

Совершенствование системы мотивации позволит: обеспечить контроль за текущими и долгосрочными показателями деятельности организации; оценить личную эффективность каждого сотрудника, подразделения и предприятия в целом; ориентировать персонал на достижение требуемых результатов.

Литература:

1. Кибанов А. Я. Управление персоналом организации: стратегия, маркетинг, интернационализация: Учебное пособие / А. Я. Кибанов, И. Б. Дуракова. — М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. — 301 с.
2. Менеджмент в торговле: учебник / Г. А. Короленок, Г. Г. Гоцкий. М., 2012. 334 с.
3. Музыченко В. В. Управление персоналом / В. В. Музыченко — М.: Академия, 2011. — 442 с.
4. Проблемы экономики и управления предприятиями, отраслями, комплексами: монография. Книга 30 / Е. Н. Волк, Б. Даулетбаков, Е. В. Джамай и др. / Под общ. ред. С. С. Чернова. — Новосибирск: Издательство ЦРНС, 2016. — 220 с.
5. Царева Н. А. Особенности социальной стратификации населения в Приморском крае / Н. А. Царева // Фундаментальные исследования. 2014. — № 12—10. — С. 2261—2264.

Налоговый риск, внешние и внутренние факторы налогового риска в организациях, участвующих во внешнеэкономической деятельности

Валеева Зарина Ленаровна, студент;
Казанский (Приволжский) федеральный университет

Рост внешнеторговых оборотов свидетельствует о построении взаимовыгодных отношений с иностранными партнерами и о правильности выбранного курса внешней политики России.

Неопределенность как внешней, так и внутренней среды неизбежно обуславливает наличие рисков в организациях, участвующих во внешнеэкономической деятельности. Под риском понимается возможная опасность потерь, вытекающая из специфики тех или иных явлений природы и видов деятельности человеческого общества. Как экономическая категория риск представляет собой событие, которое может произойти или не произойти. В случае совершения такого события возможны три экономических результата: отрицательный (проигрыш, ущерб,

убыток), нулевой, положительный (выигрыш, выгода, прибыль). Под налоговыми рисками чаще всего понимают неопределенности, которые могут вести к негативным последствиям. [3]

Если обобщить определения рисков, то коротко суть их состоит в возможности финансовых потерь. При этом указанные потери связываются, как правило, с потерями налогоплательщиков налогов и сборов. [5]

Налоговые риски налогоплательщика возникают в связи с применением ими рискованных схем минимизации налогообложения, попытками использовать в своих интересах двойственность положений налоговых законов, а также из-за проведения хозяйствующим субъектом неэффективной налоговой политики.

В последнее время анализ и оценка налоговых рисков, управление налоговыми рисками и их минимизация, безусловно, являются одними из важнейших приоритетов организаций, участвующих во внешнеэкономической деятельности. Это связано с тем, что налоговые органы продолжают ужесточать контроль над своевременностью и правильно-стью перечисления налоговых платежей, начисленных от операций во внешнеэкономической деятельности.

В процессе заключения внешнеэкономических сделок экспортеры и импортеры учитывают много факторов и показателей, начиная с финансового состояния делового партнера, его позиции на рынке и заканчивая политическими, экономическими и законодательными условиями его страны.

Налоговый риск представляет собой вероятность потерь, которые может понести организация, занимающаяся ВЭД, в результате неблагоприятного изменения налогового законодательства в процессе деятельности или в результате налоговых ошибок, допущенных при исчислении налоговых платежей. Таким образом, он может относиться как к внешним, так и к внутренним рискам.

Налоговый риск включает в себя: [7]

- вероятность дополнительных выплат в бюджет в результате незапланированного повышения налоговых ставок;
- вероятность потерь в результате принятия решений, снижающих налоговые льготы организации;
- значительный рост задолженности перед бюджетом, который влечет за собой не только штрафные санкции, но и возможную остановку всей деятельности организации, ареста ее счетов, изъятия документации и т. д.

Однако налоговые риски состоят еще и в том, что могут быть упущены возможности грамотного построения сделки с использованием легитимных методов налогового планирования, что позволит в рамках действующего налогового законодательства уплатить меньшую сумму налогов. Но невозможно проводить агрессивную рыночную политику и одновременно добиться снижения налоговых рисков до минимума.

Организации, участвующие во внешнеэкономической деятельности активно развивающие бизнес, как правило, создают налоговые риски, и обычно их меньше всего волнует, каково будет налоговое последствие того или иного действия.

Многие руководители данных организаций используют услуги аутсорсинговых компаний, которые осуществляют бухгалтерский и налоговый учёт и несут ответственность уже в рамках своей профессиональной деятельности. [6]

С одной стороны, этим могут пользоваться и, как показывает практика, недобросовестные налогоплательщики, вследствие чего усиливаются налоговые риски государства. С другой стороны, добросовестные налогоплательщики, минимизируя свои налоговые обязательства, полагают, что они действуют строго в рамках действующего законодательства. Однако из-за различного толкования

налогового законодательства им могут быть не только доначислены значительные суммы налогов, но и наложены весьма ощутимые финансовые санкции.

Налоговые риски изначально можно разделить на следующие группы: [4]

1. Риски, связанные с проведением конкретной сделки. Каждая сделка имеет налоговые последствия, если в данном случае речь идёт об операциях, которые не освобождаются от налогообложения.

2. Налоговые риски сопутствуют как раз тем сделкам, которые проведены для того, чтобы добиться благоприятных налоговых последствий для предприятия.

3. Риски могут возникнуть в результате управленческих и даже арифметических ошибок, а также неверного толкования отдельных норм Налогового кодекса РФ.

4. Операционные риски возникают в повседневной деятельности организации: одни сделки несут большие риски, чем другие. По опасности наступления налоговых рисков нельзя сравнить обычную поставку товаров внутри страны и внешнеэкономическую сделку.

5. Внешние риски включают изменения в законодательстве не только внутри страны, но и на уровне международных стандартов. Создание новых международных объединений, Интернет-торговли, бизнес-технологий, не знающих границ, требует со стороны участников внешнеэкономических операций постоянного информационного участия в процессе.

Налоговые риски как государства, так и налогоплательщиков определяются в основном одними и теми же факторами, которые можно подразделить на внутренние и внешние. В работе, автором определены внутренние и внешние факторы, влияющие на развитие налоговых рисков, данные представлены на рисунке 1. [8]

Следует особо выделить те внутренние факторы, воздействие которых связано с деятельностью субъектов налоговых правоотношений, но в полной мере не зависят от них. Особенно ярко это проявляется в условиях несовершенства налогового законодательства. С одной стороны, этим могут пользоваться и, как показала практика, недобросовестные налогоплательщики, вследствие чего усиливаются налоговые риски государства. С другой стороны, добросовестные налогоплательщики, минимизируя свои налоговые обязательства, полагают, что они действуют строго в рамках действующего законодательства. Однако из-за различного толкования налогового законодательства им могут быть не только доначислены значительные суммы налогов, но и наложены весьма ощутимые финансовые санкции.

В процессе написания настоящей диссертации разработана первая практическая новизна — методика классификации факторов, влияющие на развитие налогового риска организаций, участвующих во внешнеэкономической деятельности.

В отличие от существующих факторов рисков предложена новая модель классификации факторов (табл. 1).

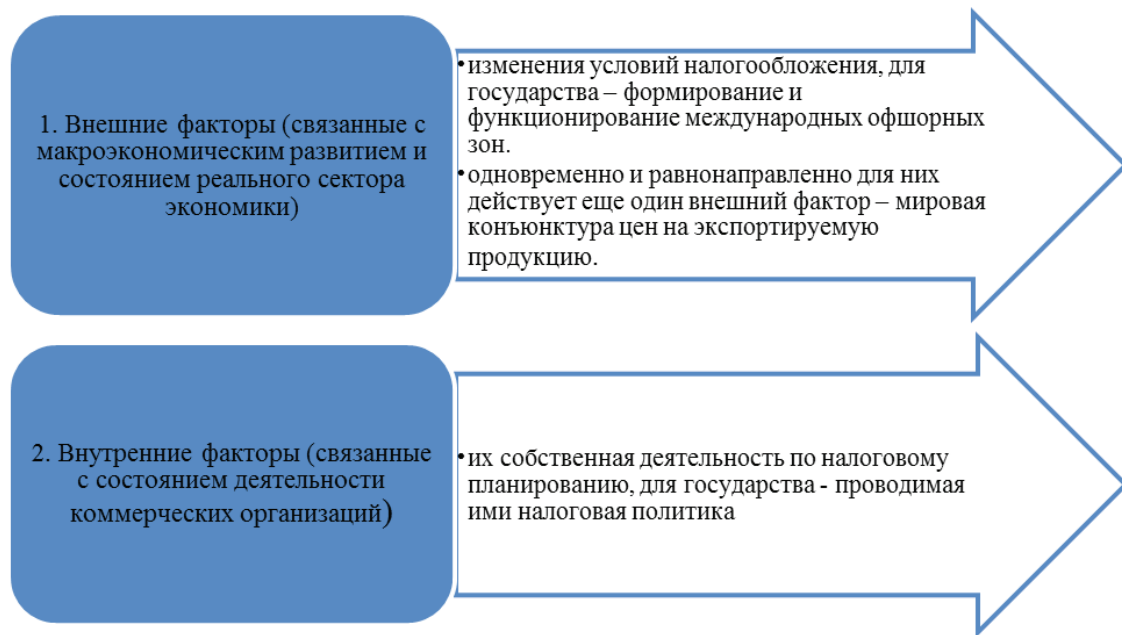


Рис. 1. Факторы, влияющие на развитие налогового риска

Таблица 1. Методика классификации факторов, влияющие на развитие налогового риска

Факторы	Содержание
Информационные факторы	Недостатки и искажения информации довольно часто становятся причиной возникновения налоговых рисков. В значительной степени их появление обусловлено сегодня не отсутствием информации, а сложностью ее толкования. Сложность точного юридического описания механизма налогообложения, недостатки юридической техники, пробелы и противоречия, существующие в налоговом законодательстве, до сих пор довольно часто являются причинами разного толкования норм налогового законодательства со стороны участников налоговых отношений. Кроме того, наличие у поставщиков признаков «фирмы-однодневки» налоговые органы зачастую вменяют в вину покупателю товаров. Так что сложность получения информации о проблеме поставщика также может быть потенциальным фактором появления налогового риска.
Экономические факторы	Решение задач социально-экономического регулирования может потребовать изменения налогового законодательства, в том числе установления или отмены налогов, изменения порядка их исчисления и уплаты, корректировки налоговых ставок и льгот, что, в свою очередь, может стать фактором появления налоговых рисков. Сложность действующего механизма исчисления и уплаты основных налогов приводит к появлению значительных затрат на соблюдение обязанностей налогоплательщика.
Организационные факторы	Проблемы взаимодействия структурных подразделений организации также служат фактором налогового риска: несвоевременное получение бухгалтерией информации о заключении сделок может привести к нарушению налогового законодательства. К числу организационных факторов следует также отнести недостаточную квалификацию работников, ответственных за вопросы налогового планирования, исчисления и уплаты налогов.
Технические факторы	Сложность порядка исчисления и уплаты налогов порождает непреднамеренные ошибки налогоплательщиков или налоговых агентов. Трудно вести раздельный учет операций, по-разному облагаемых, при отсутствии единого методического аппарата на законодательном уровне, специализированной техники и программных продуктов.
Политические факторы	При слабости демократических институтов налогообложение и налоговое право могут использоваться как инструмент обеспечения политического доминирования «власти». Однако и власть может ощутить давление международных обязательств и внутренней политической обстановки.

На взгляд автора, в методологическом плане наиболее оптимальной для построения системы налоговой безопасности является разработанная автором многофакторная классификация налоговых рисков по основным

признакам. Таким образом, определение налоговых рисков и их классификация в системе обеспечения экономической безопасности имеют свои специфические особенности, отличные от других рисков, объясняется фискально-регулятивной сущностью налоговых отношений и отличительной спецификой.

Налоговые риски необходимо выявлять в рамках непосредственно деятельности по исчислению и уплате налогов и сборов; по составлению налоговых деклараций и налоговому контролю; по исполнению федеральных и региональных бюджетов и бюджетов государственных внебюджетных фондов; по оценке налоговой нагрузки налогоплательщиков и динамике налоговых поступлений в бюджеты всех уровней; анализу налоговой оптимизации в рамках выявления налоговых правонарушений и т. д. Однако по настоящее время отсутствуют единые стандартные методики и процедуры выявления и оценки налоговых рисков в системе налоговой безопасности, что и определяет актуальность и оригинальность авторского исследования.

Управление налоговым риском характеризуется как совокупность методов, приемов и мероприятий, позволяющих в определенной степени прогнозировать наступление рисков событий и принимать меры к исключению или снижению отрицательных последствий наступления таких событий.

Основная задача предпринимателя малого и среднего бизнеса в этой сфере — найти вариант действий, обеспечивающий оптимальное для данного проекта сочетание риска и дохода, исходя из того, что чем прибыльнее проект, тем выше степень риска при его реализации.

Основными принципами управления риском можно назвать следующие: [1]

- нельзя рисковать больше, чем это может позволить собственный капитал;
- необходимо думать о последствиях риска;
- нельзя рисковать многим ради малого.

Избежание риска означает отказ от реализации мероприятия (проекта), связанного с риском. Это решение принимается при случае несоответствия указанным выше принципам. Если, например, уровень возможных потерь выше уровня ожидаемой прибыли. Этот принцип позволяет полностью избежать неопределенности и возможных потерь и, вместе с тем, означает полный отказ от прибыли. Кроме того, отказ от одного вида риска может привести к возникновению других. Снижение степени риска предполагает сокращение вероятности и объема потерь. [6]

Определение оптимизации налогообложения вытекает из принципов, на которых строятся взаимоотношения между налогоплательщиками и налоговыми органами: [5]

- 1) необходимо платить налоги в соответствии с действующим законодательством,
- 2) необходимо платить минимум налогов, не нарушая закон,
- 3) необходимо платить налоги в последний день установленного срока.

Налоговые проблемы добросовестных участников внешнеэкономической деятельности можно условно разбить на следующие три основные группы:

1. Неблагоприятные налоговые последствия из-за неудачного построения проекта внешнеэкономической деятельности на стадии его планирования и разработки:

- Несоблюдение условий для применения льготных специальных налоговых режимов;
- Невозможность вычета НДС, уплаченного на таможне при импорте товаров, взятых на реализацию у иностранного поставщика, не состоящего на налоговом учете в РФ;
- Сложности в подтверждении НДС 0 % при экспорте товаров из РФ в случае неопределенности маршрутов, пунктов, сроков их вывоза из РФ, оплате через поверенного;
- Возникновение у участника ВЭД незапланированных обязанностей налогового агента по НДС и (или) налогу на доходы иностранного партнера в РФ;
- Несоблюдение условий принятия налоговым агентом к вычету НДС, уплаченного за иностранного партнера, не состоящего на налоговом учете в РФ; [2]
- Неиспользование налоговых льгот по соглашению об избежании двойного налогообложения между РФ и страной регистрации иностранного партнера;
- Несоблюдение условий освобождения от НДС операций по гарантийному ремонту товаров;
- Несоблюдение условий освобождения от НДС передачи лицензий на программное обеспечение;
- Проблемы в применении ставки НДС 0 % и 18 % на услуги российских перевозчиков и экспедиторов при осуществлении международных перевозок грузов;

Возникновение незапланированного налога на прибыль у участника ВЭД в связи с курсовыми разницеми при резком колебании курсов валют.

2. Налоговые проблемы из-за неудачных, некорректных, отсутствующих или юридически недействительных условий / формулировок контрактов и документов ВЭД:

- Непризнание расходов участника ВЭД по поставляемым по контракту товарам до момента, в который согласно контракту право собственности на них переходит на участника ВЭД;
- Непризнание расходов участника ВЭД по рекламе товаров под товарными знаками, принадлежащим согласно контракту третьим лицам;
- Непризнание у российского экспортера скидок / премий иностранному покупателю в качестве расходов по налогу на прибыль;
- Обложение налогом на прибыль в РФ товаров, работ, услуг, предоставляемых участнику ВЭД по контракту «безвозмездно», «бесплатно» и т. п.;
- Начисление налога на прибыль у участника ВЭД в РФ при наличии просрочек поставок товаров, выполнения работ, оказания услуг или просрочек платежей по контракту в случае, если контрактом

- предусмотрена «автоматическая» уплата неустоек за просрочку;
- Начисление НДС на работы (услуги) по контракту в случае недостаточной их идентификации как работ (услуг), не облагаемых НДС в РФ, ненадлежащего подтверждения места выполнения работ (оказания услуг) вне РФ;
 - Начисление НДС на работы, услуги, выполняемые участником ВЭД в отношении не принадлежащих ему товаров иностранного партнера.
3. Налоговые потери в ходе реализации проекта / контракта ВЭД: [6]
- Необходимость уплаты НДС, штрафов, пени из-за не подтверждения места выполнения работ (оказания услуг) в целях НДС;
 - Необходимость удержания налога в РФ из выплат иностранному партнеру в силу несвоевременного представления иностранным партнером надлежащего подтверждения своего налогового резидентства в стране, с которой РФ имеет соглашение об избежании двойного налогообложения, и последующая необходимость заниматься возвратом удержанного налога;
 - Необходимость выполнения процедур, предусмотренных местным законодательством страны иностранного партнера, для не удержания налогов с выплат российскому участнику ВЭД в этой стране;
 - Не возмещение НДС при экспорте товаров по причине необоснованной налоговой выгоды, недобросовестности налогоплательщика, разночтений в документах;
 - Необходимость уплаты НДС с авансов клиентов в РФ и НДС на таможне в разные налоговые периоды (по заказам на продукцию иностранных поставщиков);
 - Признание деятельности российской стороны в качестве постоянного представительства иноорганизации в РФ в налоговых целях, с пересчетом налогов по проведенным операциям.
- В заключение целесообразно отметить, что налоговые риски в организациях, участвующих во внешнеэкономической деятельности, это отражено в повышенной эффективности реального механизма и инструментария налогообложения, которые учитывают специфику и налогового аппарата России.

Литература:

1. Плотникова Л. А. Актуальные вопросы налогообложения экспортных операций // Казанский социально-гуманитарный вестник. — 2013. — № 1. — С.31–36
2. Смирнова Е. Е. Система налоговых рисков субъектов малого предпринимательства // Проблемы современной экономики. 2013. № 4–177
3. Старицына, К. А. Риски в налоговом планировании // Все для бухгалтера. — 2011. — № 11. — С. 22–31
4. Сушкова Ирина Алексеевна Теория и практика управления налоговыми рисками // Изв. Сарат. ун-та Нов. сер. Сер. Экономика. Управление. Право. 2015. — № 5. — 81 с.
5. Тихонов, Дмитрий Николаевич. Основы налоговой безопасности. — М.: Аналитика-Пресс, 2012. — 224 с.
6. Чекулаева Елена Николаевна Значение категории «Налоговый риск» в современной системе налогового администрирования // Вестник ЧГУ. 2013. № 2. — 368 с.
7. Шальнева, М. С. Налоговые риски крупнейших российских корпораций // Финансы. — 2014. — № 5. — С. 34–37
8. Якупов, Замир Сагирович. Налогообложение участников внешнеэкономической деятельности: учебное пособие / Институт экономики, управления и права (г. Казань). — Казань: Изд-во «Познание», 2013. — 207

Оценка эффективности долгосрочных инвестиций

Васендин Антон Александрович, студент

Северный (Арктический) федеральный университет имени М. В. Ломоносова

Выбор вариантов долгосрочных инвестиций, это один из важнейших элементов стратегической политики предприятия, поэтому их грамотный анализ и оценка являются необходимым условием финансовой стабильности и роста компании.

В долгосрочном периоде все факторы производства являются переменными, поэтому принятие долгосрочных управленческих решений требует иных методов оценки их эффективности. Долгосрочные решения связаны с оценкой целесообразности осуществления инвестиций, необходимых организациям для создания и обновления имею-

щейся материально-технической базы, замены морально и физически изношенных основных средств, наращивания объемов деятельности, освоения новых видов продукции, услуг и т. д.

Инвестиции (капиталовложения) — это совокупность затрат, реализуемых в форме долгосрочных вложений

собственного или заемного капитала. Согласно международным стандартам финансовой отчетности инвестиции представляют собой актив, который компания использует для увеличения своего богатства за счет различного рода доходов, полученных от объекта инвестирования, в виде процентов, роялти, дивидендов и арендной платы, а также в форме прироста стоимости капитала. Методические рекомендации по организации и ведению управленческого учета, разработанные Минэкономразвития России, дают следующие определения инвестиций:

- расходы на приобретение собственности или других активов в целях получения прибыли; приобретенный актив. То есть расходы, произведенные в ожидании будущего дохода;
- денежные средства, ценные бумаги, иное имущество, в том числе имущественные права, иные права, имеющие денежную оценку, вкладываемые в объекты предпринимательской и (или) иной деятельности в целях получения прибыли и (или) достижения полезного эффекта.

Разработка плана инвестирования действующей организации представляет собой сложный многоэтапный процесс:

1. На первом этапе составляется список возможных вариантов инвестиционных проектов с разными затратами и предполагаемыми результатами.

2. Второй этап заключается в сборе и систематизации необходимой информации для всесторонней оценки каждого варианта капитальных вложений.

3. На третьем этапе отбираются наиболее эффективные проекты по установленным критериям отбора.

Решение о выборе варианта производственных инвестиций — наиболее ответственное в бизнесе. Инвестиции превращаются в невозвратные издержки, а при ошибочности проекта — в большие убытки, поэтому расчет затрат и результатов реализации инвестиционных проектов, оценка их сравнительной эффективности настоятельно необходимы.

Важнейшая задача управленческого учета состоит в том, чтобы определить, является ли предполагаемое капиталовложение выгодным для организации, а также какой из вариантов возможных инвестиций для данного случая наиболее оптимален. Для ответа на эти вопросы необходимо определить и сопоставить экономические затраты и результаты капитальных вложений. Предварительная оценка затрат и результатов инвестиции производится на основе сметы капитальных вложений. По ее данным определяется общая сумма затрат на проект с разбивкой по годам его осуществления и кварталам внутри года.

При планировании и учете производственных инвестиций затраты группируют по технологической структуре расходов, определяемой сметной документацией. На практике чаще всего используется следующая структура затрат на капитальные вложения:

- строительные работы;
- монтаж оборудования;

- приобретение оборудования, требующего монтажа;
- приобретение оборудования, не требующего монтажа, а также инструмента и инвентаря;
- прочие капитальные затраты;
- затраты, не увеличивающие стоимости основных средств.

Для принятия оптимального решения необходим выбор, т. е. наличие нескольких альтернативных или независимых проектов капитальных вложений. Основу оценок составляют определение и соотношение затрат и результатов от осуществления инвестиционных проектов. Общим критерием эффективности инвестиционного проекта является уровень прибыли, полученной на вложенный капитал. Под прибылью (доходностью) понимается не просто прирост капитала, а такой его темп роста, который полностью компенсирует общее изменение покупательной способности денег в течение рассматриваемого периода, обеспечивает минимальный уровень доходности и покрывает риск инвестора по реализации проекта.

Для оценки эффективности капитальных вложений используют ряд показателей, рассчитываемых статическими и динамическими методами. К статическим методам оценки эффективности инвестиций можно отнести расчет нормы прибыли и срока окупаемости.

Простая норма прибыли (рентабельность, доходность инвестиций) показывает, какая часть инвестиционных затрат возмещается в виде прибыли в течение одного интервала планирования. Данный показатель может быть определен либо как отношение среднего дохода организации к балансовой стоимости ее активов, либо как отношение чистой прибыли в нормальный год работы организации к полной сумме капитальных вложений. При сравнении рассчитанной величины нормы прибыли с минимальным или средним уровнем доходности инвестору становится ясно, целесообразен ли дальнейший анализ инвестиционного проекта.

Одна из проблем практического использования показателя рентабельности состоит в том, что инвестору довольно сложно найти нормальный год работы организации, так как в период реализации проекта, кроме различий в объеме производства, меняются многие факторы, влияющие на размер чистой прибыли (например, величина предоставляемых инвестиционных налоговых кредитов). Обычно рентабельность рекомендуется рассчитывать для третьего-пятого года эксплуатации объекта. Однако такой подход не гарантирует, что выбранный период действительно является нормальным годом работы организации, поэтому определяют рентабельность инвестиций за ряд смежных лет и оценивают полученные показатели в динамике.

Более широкое распространение, чем расчет показателя нормы прибыли на инвестиции, получил **метод расчета срока окупаемости**. Срок окупаемости инвестиций — расчетный период возмещения первоначальных вложений за счет прибыли от проектной деятельности. Чем он короче, тем лучше инвестиционный проект.

При оценке эффективности долгосрочных капитальных вложений по времени амортизации или сроку окупаемости рассчитывается время возврата суммы инвестиций за счет снижения эксплуатационных затрат, обеспечиваемого реализацией проекта. Для вновь созданных производств время окупаемости представляет собой число лет, которое потребуется для того, чтобы восстановить (вернуть) затраченные на инвестиции средства за счет дополнительно полученного дохода или прибыли:

$$T_{ок} = (\text{Сумма капиталовложений}) / (\text{Сумма возврата капитала})$$

Величина этой прибыли, именуемой в зарубежной литературе суммой возврата капитала, или чистыми свободными средствами, полученными в результате инвестиций, определяется как прибыль от дополнительных капитальных вложений после уплаты налогов плюс амортизационные отчисления на вновь введенные основные средства.

Организация сама определяет приемлемый для себя срок окупаемости капиталовложений, и если расчетный период окупаемости укладывается в это время, проект может быть принят. При наличии альтернативы в пределах нормативного срока окупаемости предпочтение отдается варианту с меньшим временем возврата затраченных средств. Недостаток данного метода заключается в том, что он не предполагает учета доходов от инвестиций по годам использования объектов.

Динамические методы оценки эффективности базируются на принципах дисконтирования, которые дают возможность избавиться от основного недостатка статических методов — невозможности учета ценности будущих денежных поступлений по отношению к текущему периоду. Один из методов дисконтирования, применяемый в расчетах экономической эффективности инвестиций, получил название метода чистой дисконтированной (текущей) стоимости (ЧДС или ЧТС).

Чистая дисконтированная стоимость — это разность между приведенной к текущему моменту суммой поступлений от реализации проекта и суммой инвестиционных и других дисконтированных затрат, возникающих в ходе реализации проекта:

$$\text{ЧДС} = D_1 / (1+i) + D_2 / (1+i)^2 + \dots + D_t / (1+i)^t - K$$

где D_t — денежные поступления в год t ;

i — ставка процента на капитал, минимальная ставка его рентабельности;

K_0 — сумма первоначальных инвестиций в нулевом периоде;

n — срок жизни проекта.

Величина дохода D_t определяется как разность между выручкой (поступлением денежных средств) от эксплуатации объекта инвестиций и расходами, связанными с его эксплуатацией. Таким образом, измерение ЧДС основывается на разнице между оттоком средств на инвестиции и притоком денежных средств в результате их осуществления. Если величина ЧДС положительна, инвестиционный

проект можно принять, если она отрицательна, проект отвергается. Если сравниваются два или несколько взаимоисключающих проектов, предпочтение отдается варианту с более высокой суммой ЧДС.

Данный метод не позволяет сравнивать между собой различные проекты, если капиталоемкость их сильно отличается, даже при одинаковых ЧДС. Тогда используют следующий показатель.

Индекс прибыльности (I_p) — это относительная прибыльность проекта, или дисконтированная стоимость денежных поступлений от проекта, в расчете на единицу вложений. Он определяется по формуле

$$I_p = [D_1 / (1+i) + D_2 / (1+i)^2 + \dots + D_t / (1+i)^t] / K$$

Если индекс прибыльности больше 1, то проект привлекателен. Этот метод можно принимать в ранжировании проектов с различными затратами.

Величина ставки процента, влияющая на оба коэффициента, зависит от темпа инфляции, минимальной реальной нормы прибыли (наименьший гарантированный уровень доходности на рынке капиталов, т. е. нижняя граница стоимости капитала, или альтернативная стоимость) и степени инвестиционного риска. В качестве приближенного значения ставки процента можно использовать существующие усредненные процентные ставки по долгосрочным банковским кредитам.

Метод расчета эффективности инвестиций на основе расчета величины внутренней нормы рентабельности (внутренней процентной ставки) исходит из того, что инвестору должна быть заранее известна ставка процента на инвестируемый капитал; эта ставка уравнивает дисконтированную величину денежных потоков от реализации инвестиционного проекта и общих расходов по его осуществлению.

Внутренняя норма рентабельности проекта (ВНРП) — такая величина ставки процента, при которой чистая приведенная стоимость проекта будет равна нулю, т. е. приведенная стоимость ожидаемых притоков денежных средств равна приведенной стоимости оттоков:

$$[D_1 / (1+i) + D_2 / (1+i)^2 + \dots + D_t / (1+i)^t] - K = 0$$

В результате расчетов нужно определить такое значение i , при котором дисконтированная стоимость денежных потоков была бы равна первоначальным затратам капитала. Например, если внутренняя норма рентабельности по проекту равна 12 %, это значит, что при осуществлении инвестиций за счет кредита при 12 %-ной ставке ссудного капитала организация не получит ни прибыли, ни убытка, т. е. проект обеспечивает нулевую прибыль.

Если ВНРП превышает требуемую норму доходности в данной отрасли, то проект имеет смысл принять. Значение ВНРП можно трактовать как нижний гарантированный уровень прибыльности инвестиционного проекта. ВНРП определяет максимальную ставку платы за привлекаемые источники финансирования проекта, при которой последний остается безубыточным.

Критерии ЧТС, ВНРП, индекс прибыльности (ИП) служат в инвестиционном анализе для расчета показателей эффективности проекта на основе определения чистого дисконтированного потока денежных средств, поэтому их результаты взаимосвязаны. Для каждого проекта можно ожидать выполнения следующих соотношений: если чистая текущая стоимость больше нуля, то индекс прибыльности и внутренняя норма рентабельности проекта превышают требуемую норму доходности, если меньше нуля, то оба показателя не соответствуют норме доходности и проект непривлекателен.

Литература:

1. Асват Дамодаран. Инвестиционная оценка. Инструменты и методы оценки любых активов. Альпина Паблишер, 2010.
2. Ричард Брейли, Стюарт Майерс. Принципы корпоративных финансов. Библиотека «Тройки Диалог». Издательство Олимп-Бизнеса, 2007.
3. Уильям Ф. Шарп, Гордон Дж. Александер, Джеффри В. Бейли. Инвестиции. Издательство Инфра-М, Москва, 2009.
4. Василий Титов. Экономическая оценка инвестиций. РГИИС 2009.
5. Юрий Корчагин, Ирина Маличенко. Теория инвестиций. Феникс 2008.

Этот метод обладает рядом достоинств — объективностью, независимостью от абсолютного размера инвестиций, оценкой относительной прибыльности проекта, информативностью. Кроме того, он легко может быть приспособлен для сравнения проектов с различными уровнями риска: проекты с высоким уровнем риска должны иметь большую внутреннюю норму доходности.

Недостатки данного метода заключаются в сложности расчетов и возможной субъективности выбора нормативной доходности, большой зависимости от точности оценки будущих денежных потоков.

Практические аспекты управления репутацией на примере итальянских спортивных организаций

Васягин Сергей Александрович, студент
Российский университет дружбы народов

В спорте и в футболе в частности понятие имидж достаточно неоднозначное. С одной стороны, репутация организации, занимающейся индустрией спорта сравнима с репутацией компании, которая работает в спортивной индустрии и предлагает клиентам свой продукт т.е. футбольное зрелище. Но с другой стороны имидж в спортивной индустрии и в футбольной в частности имеет свою несравнимо отличающуюся специфику ведения дел. Но в спортивной сфере, как и в любой другой успехи клубные неразрывно связанный с репутацией компании и невозможны без ее участия.

Футбольные клубы всегда находятся в центре внимания спортивной журналистики, внимание к ним не ослабевает даже несмотря на периоды зимних и летних пауз. Средства массовой информации стараются как можно подробнее и обширнее осветить деятельность и даже личную жизнь игроков, тренеров, футбольных функционеров. Такое отношение со стороны СМИ можно объяснить тем, что спортивная индустрия в последнее время в связи с ее публичностью, стала максимально приближена к сфере шоу — бизнеса. [1, с. 207]

Для позиционирования себя в обществе, футбольные клубы стараются поощрять участие своих футболистов

различных рекламных кампаниях известных брендов. Подобные действия с одной стороны благоприятно сказываются на имидже клуба, а с другой приносят финансовые доходы в клубный бюджет. Примером подобного поведения к своим игрокам может послужить футбольный клуб «Милан» Италия.

Роналдиньо являлся лицом известных брендов Pepsi, Nike, Lays, Lenovo, Danone, Gatorade, Chevron. Шевченко и Кака сотрудничали с такими брендами как Armani, Adidas, Gillette. Дэвид Бекхэм лицо торговых марок Adidas, Pepsi, Vodafone, Marcs&Spencer, Siemens, Motorola, Coty, Police, L'Oreal, Brylcreem, Rage, Jaffa, Meiji, Combe Inc, CLM. С помощью подобных акций «Милан» во всем мире ассоциируется с солидностью и благополучием. Для формирования положительного имиджа футбольного клуба необходимо привлекать успешные компании, которые могут стать спонсорами тех или иных спортивных клубов. [2, с. 21]

Что касается России спонсорами самых известных футбольных клубов являются соответственно: ФК «Москва» — «Норильский Никель», ФК «Спартак» Москва — «Лукойл», ФК «Зенит» — «Газпром», ФК «Крылья Советов» — «Российские технологии», «Динамо» — «Внешторгбанк». Так выступая спонсорами фут-

больных клубов руководители этих предприятий стараются улучшить не только имидж корпоративный, но и имидж собственный. Вполне возможно, что дотации спонсоров, которые являются основным источником дохода среди российских клубов, могут закончиться и в следствии этого появится проблема поиска другого источника доходов. В условиях финансового кризиса этот вопрос становится все более актуальным. В такой ситуации доход от непосредственных потребителей футбольного действия станет привлекать все больше внимания со стороны спортивных организаций и успешнее других кризис переживут клубы в которых налажена и продуманна работа с болельщиками.

Наиболее ярким показателем успешной работы с болельщиками может послужить непосредственно заполняемость трибун зрителями. Яркими примерами успешной работы с болельщиками являются такие иностранные клубы как: «Ливерпуль», «Манчестер Юнайтед», «Реал Мадрид», «Севилья», «Барселона», «Ювентус», «Милан», «Шальке 04», «Бавария», «Боруссия Дортмунд», «Байер» и другие. Среди российских спортивных клубов можно выделить «ЦСКА», «Спартак» Москва, «Локомотив» Москва и «Зенит» Санкт — Петербург. В данных клубов созданы специальные отделы занимающиеся работой с болельщиками. Футбольные клубы стараются развивать идею своей неразрывности с болельщиками, клубы предлагают постоянным зрителям абонементы на посещение домашних матчей по более низкой цене, лучшие места на стадионе, транспорт для болельщиков на выездных играх и прочее. Примером правильной работы с болельщиками может послужить работа футбольного клуба «Локомотив» Москва, который смог увеличить количество своих болельщиков на 60 % за последние 5 лет. [3, с. 496]

Однако, для того что иметь известность футбольный клуб необязательно должен быть всемирно известным. Вполне возможно создать доходный или окупаемый проект основанный на популярности среди местной аудитории. Примером такого клубы может служить футбольный клуб из первого английского дивизиона «Милуолл», чьи болельщики имеют славу одних из самых агрессивных в Европе. Из за постоянных упоминаний в СМИ и репортажах с матчей о его болельщиках, этот клуб стал очень популярным и по сбыту клубной атрибутики вполне может поспорить с ведущими спортивными клубами Англии, а посещение домашнего стадиона «Нью Дэн» является обязательной частью экскурсионной программы Лондона.

Стратегия по формированию положительного имиджа должна проходить постепенно и в несколько этапов. Проходить последовательно и осознанно. Ключевыми стадиями развития имиджа организации являются:

1. Исследование текущего состояния. На данной ступени проводится подробный ситуационный анализ нынешнего состояния репутации спортивной организации, изучают все составляющие имиджа, как внутреннего, так и внешнего. Исследуют мнения работников футбольного клуба, болельщиков и партнеров по поводу образа клуба.

Анализируют информационную область и оценивают отношение средств массовой информации к футбольному клубу. Определяют основные аспекты восприятия спортивного клуба как организации и выделяют направления для улучшения и развития репутации клуба.

2. Формирование стратегии развития имиджа. На данном этапе, по результатам проведенных исследований вырабатывают способы по улучшению репутации клуба для каждого определенного направления. На основе имеющегося потенциала, ставят основные задачи и цели и разрабатывают основные этапы становления данных задач.

3. Реализация и контроль стратегии развития имиджа. Деятельность для реализации стратегии ведут сразу в двух направлениях. В начале пошагово осуществляют намеченные способы для реализации стратегии. Далее, ведут регулярные наблюдения настоящего состояния имиджа ФК, на основе публикаций в СМИ, а также в глазах партнеров, сотрудников и потребителей. Данный подход позволяет своевременно оценивать ситуацию и принимать стратегические решения для формирования имиджа.

Приведу пример использования подобных тактик в футбольном клубе «Ювентус» Италия. Клуб решил ответственно подойти к данному вопросу экономического совершенствования развития организации. Причины, по которым «Ювентус» решил озаботиться формированием структуры по управлению имиджем игроков, две. Первая причина — это защитная — для того чтобы клуб мог сам контролировать предложение прав на имидж своих футболистов. Вторая причина — это стратегическая — чтобы осуществлять клубные проекты в соответствии с ожиданиями фирм. [4, с. 63]

Началом данной работы стало то, что был проведен анализ текущей ситуации, по результатам которого стало известно, что футболисты представляют небольшой интерес с точки зрения коммерции. Это стало ясно по тому что фирмы с которыми работал ФК «Ювентус» хотели проявления большей инициативы к сотрудничеству со стороны игроков. В большинстве своем это произошло из-за того, что у «Ювентуса» не было возможностей управлять имиджем своих футболистов. На том этапе в Италии и в мире не было особой структуры в футболе, которая бы заботилась подобным видом управления. Но такие структуры существовали в иных видах спорта.

Основной проблемой являлось то, что у игроков было недостаточно внимания к своему имиджу вне футбольного поля. Футболисты редко являлись известными кому то кроме аудитории футбольных болельщиков. Даже если футболистов знали по именам, это не значило, что они являлись известными людьми. Игроки в меньшей степени склонны к участию во внеспортивных проектах, не заинтересованы в общении с людьми, которым они интересны т. е. с прессой, спонсорами, поклонниками.

В начале двухтысячных годов в Италии все было иначе и можно сказать, что сейчас в России отношения между

игроком и фирмой только начинают свое становление и ситуация схожа с выше описываемой. Поэтому опыт известного успешного футбольного клуба может помочь руководству российских команд и заинтересованным рекламодателям. В ФК «Ювентус» была создана структура, называемая «Сектор маркетинга спортсменов» находящаяся внутри коммерческого отдела, она взаимодействовала с отделами продаж, коммуникаций, маркетинга. Новое клубное подразделение ставит для себя несколько задач. Одной из этих задач являлось — помочь футболисту оценить свой имидж. Хороший футболист, может даже чемпион, станет ярким участником маркетинговых мероприятий и значит будет обладать крупными суммами финансов, если сможет научиться оценивать свой имидж, получит новые навыки, которые пригодятся ему в будущем и обеспечат игроку достойную жизнь после завершения карьеры. [5, с. 496]

Очевидно, что существует ряд спортсменов, которые могут «подать» себя и после спортивных турниров. Таким поведением они делают вклад в свой имидж, а также помогают клубу оценивать инвестиции в игрока. Для того чтобы учесть все юридические аспекты деятельности, которая связана с управлением правами на имидж футболиста, спортивный клуб составляет контракт в соответствии с которым допускается приобретение этих прав. Следующими задачами сектора маркетинга стали осуществление коммерческих предложений, которые сделаны футбольному клубу фирмами - партнерами, а также улучшение известности футболисту клуба. Для осуществления этих задач сотрудники структуры начали изучать футболистов клуба. В данном случае важно знать ценности игроков, интересы, т. е. как можно больше той информации, которую нельзя получить из прессы. Для осуществления жизнеспособных проектов с участием спортсменов следует знать об их жизни вне футбольного поля. Например, игрок ФК «Милан» Пауло Мальдини не может ездить на Mercedes, участвуя в рекламе Opel. Это будет нелогичным для потребителя. Нужно рассмотреть все аспекты жизни футболистов для выявления связей между ними и фирмой-партнером, чтобы предотвратить возможные неполадки от этого союза. Нужно следить за ситуацией на рынке, изучать уровень известности футболистов в команде, анализировать каждые полгода динамику этих показателей. Все это позволит оценить эффективность работы в клубе по созданию имиджа футболиста. В результате, получится найти идеального носителя ин-

формации, которую фирма-рекламодатель желает донести до своего потребителя.

Данный случай был ясно показан в примере с футболистом Филиппо Индзаги и решившей запустить рекламную кампанию фирмой Danone. Выбран он был потому что прекрасно воспринимался целевой аудиторией компании т. е. мамами, семьями и детьми. Привлечение Индзаги хорошо вписалось в схему Danone по продвижению продукции. Более подробно узнать, что из себя представляет футболист можно с помощью специальных карт, на которых он рассмотрен с человеческой и технической точек зрения, в этих картах дается характеристика игровым и личностным качествам спортсмена. На данных картах показаны все ценности футболиста, его черты характера — все то что формирует определенный образ игрока, который заключен в каждом футболисте. [6, с. 24]

Внутри футбольного клуба «Ювентус» были разработаны 4 типа партнерства. Они получили следующие условные обозначения. 1) Товарный эксклюзив, 2) Узнавание бренда, 3) Общественные отношения, 4) Возможность продвижения. Первый тип партнерства является пакетом технического спонсора. Фирма, которая обеспечивает футболистов экипировкой становится техническим спонсором. В наше время подобный спонсор есть у каждой уважающей себя команды и игрока. В случае с футболистом, то он сам определяет для себя фирму — производителя обуви, а в случае с голкиперами к обуви добавляются вратарские перчатки. Производитель футбольной формы, для команды один. Технический спонсор, отмечает спортивную экипировку своим фирменным знаком. К тому же футболист участвует в рекламных и прочих кампаниях спонсора для продвижения продукции. Второй тип партнерства — это пакет платинового спонсора. Он совмещен с техническим спонсором футболиста. Привилегия нанести свой фирменный знак на переднюю часть одежды футболиста, которую он надевает вне поля, есть только у платинового спонсора. Футболист также занимает немаловажную роль в стратегии продвижения этой компании. Третий тип партнерства — золотой спонсор использует большую часть полномочий платинового спонсора, кроме того что он не может наносить знак своей фирмы на одежду футболиста. Четвертый тип партнерства — серебряный спонсор может использовать футболиста только в деятельности по продвижению, например в общественных акциях, но отсутствует необходимая

Литература:

1. Белов А. Теория и практика связей с общественностью / А. Белов. — Ростов н/Д; СПб.: Феникс: Северо-Запад, 2009.
2. Воронина Г. «Имидж футболистов». Учебное пособие. Центр лицензирования тренеров, Киев, 2009.
3. Голдблатт Д. Энциклопедия футбола: Самая полн. информация об игре / Голдблатт Дэвид. — М.: АСТ: Астрель, 2009.
4. Гиффорд К. Все о футболе / Клайв Гиффорд. — М.: АСТ: Астрель, 2009.

5. Закурдаева И. «Использование прав на имидж футболиста. Опыт ФК «Ювентус». Индустрия футбола» № 2, 2009.
6. Горбунов Д. С. Международный бренд ФК «Интер». — М.: «Индустрия футбола», № 8 (5) 2010.

Проблемы удовлетворенности населения качеством услуг на предприятиях в сфере ЖКХ

Вахрушев Сергей Николаевич, студент

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса

Качество и удовлетворённость потребителя являются важнейшими вопросами в предоставлении жилищно-коммунальных услуг в условиях экономически обусловленного роста тарифов, а также являются ключевыми вопросами реформирования жилищно-коммунального хозяйства в Российской Федерации.

Одной из наиболее остро стоящих проблем отрасли жилищно-коммунального хозяйства является низкое качество предоставляемых услуг несмотря на постоянное повышение их цены. На сегодняшний день существует множество методик оценки качества жилищно-коммунальных услуг, однако это не гарантирует улучшение их качества.

Жилищно-коммунальное хозяйство представляет собой крупный многоотраслевой комплекс, в котором занято более 2 млн человек, около 34 тыс. организаций обеспечивают население теплом, водой, газом, электроэнергией и другими видами жилищно-коммунальных услуг, более 2,5 млн жилых домов находятся в обслуживании. Отрасль формирует 4 % валового внутреннего продукта всей страны, а ежегодный объем оказываемых услуг превышает 2 триллиона рублей. Физический износ жилищного фонда ЖКХ в Российской Федерации держится на уровне 60 %, превышая в отдельных муниципальных образованиях 70–80 %. Около 30 % жилищного фонда уже отслужило нормативные сроки [1].

Управление качеством жилищно-коммунальных услуг представляет собой систему государственного и внутрипроизводственного контроля за безопасностью, надежностью и соответствием техническим и санитарным требованиям предоставляемых потребителям услуг [6].

Качество жилищно-коммунальных услуг — это комплекс свойств и характеристик деятельности по обслуживанию жилых помещений и придомовых территорий, направленных на удовлетворение требований условий проживания потребителей [4].

В условиях рыночной экономики качество услуги является основным фактором, влияющим на создание и развитие конкурентной среды на рынке жилищно-коммунальных услуг.

Услуги ЖКХ представляют собой виды деятельности работ ЖКХ, в процессе выполнения которых не создается

новый, ранее не существовавший продукт, но изменяется качество уже имеющегося продукта [2].

Система управления качеством как составная часть общей системы управления организации, должна обеспечивать достижение обязательного уровня качества предоставления жилищно-коммунальных услуг, определяемого требованиями нормативно-технических документов.

Эффективная система качества должна удовлетворять запросы и ожидания потребителя и защищать интересы поставщика (исполнителя) услуги. Хорошо структурированная система качества является надёжным средством в уменьшении затрат и издержек. Предоставление качественной услуги должно быть выгодно и должно способствовать сокращению рисков. Риски, в данном случае, связаны со здоровьем и безопасностью людей, штрафными санкциями за неудовлетворительное качество услуги, потерей репутации.

Недостатки в системе управления качеством жилищно-коммунальных услуг является причиной неблагоприятных последствий для потребителя, исполнителя и общества в целом. Предотвращение таких последствий входит в обязанности руководителя организации, предоставляющей жилищные и коммунальные услуги.

При достижении качества необходимо получение обратной связи от потребителя в виде оценки предоставляемых услуг.

Критерии социальной оценки состояния жилищно-коммунального хозяйства зависят от степени удовлетворения требований населения. Такая оценка осуществляется при помощи социологических опросов жителей, однако до настоящего времени ЖКХ не является популярным объектом специального социологического изучения.

Понятие уровень удовлетворенности жилищно-коммунальным обслуживанием является обобщающей характеристикой восприятия происходящих изменений. Он включает в себя не только успешность работы управляющей компании, но и всю совокупность внешних условий: состояние жилищного фонда, реформирование всей жилищной сферы (политика квартплаты, изменение запросов жильцов, связанных с приватизацией жилья и др.) [5].

Степень удовлетворенности потребителей не является единственным показателем, характеризующим качество оказываемой услуги, но представляет собой наиболее значимый критерий. Приемлемость услуги в конечном счете устанавливает потребитель.

В качестве одного из инструментов управления качеством может использоваться обратная связь с потребителями услуг, результатом которой является оценка качества жилищно-коммунальных услуг.

Главным критерием оценки качества услуги является реакция потребителя, которая не поддается прямой количественной оценке и проявляется как совокупность объективных и субъективных параметров.

Оценка услуги предполагает сравнение потребителями личных ожиданий с уровнем восприятия ими ее качества. Потребительские ожидания влияют на удовлетворенность, так как они создают «стандарт» для дальнейшего сравнения и формируют мнение о качестве услуги. Удовлетворенность качеством предоставляемых услуг зависит от того, насколько точно, по мнению потребителя, они соответствуют своему назначению. При этом к каждому конкретному виду услуг потребитель предъявляет свои определенные требования (для жилищно-коммунальных услуг это бесперебойность, доступность, приемлемость тарифов, безопасность).

Одним из инструментов получения информации о соответствии услуг ожиданиям и удовлетворенности потребителей уровнем обслуживания является социологический опрос.

Социологический опрос представляет собой субъективный количественный метод исследований, заключающийся в осуществлении взаимодействия между интервьюером и опрашиваемыми (потребителями услуги) посредством получения от потребителей услуги ответов на заранее сформулированные вопросы [3].

Проводимые исследования удовлетворенности потребителей направлены на улучшение характеристик услуг и повышение качества обслуживания, тем самым способствуя укреплению конкурентоспособности компании на рынке и установлению долгосрочного взаимовыгодного партнерства.

Следовательно, оценка удовлетворенности качеством жилищно-коммунальных услуг является одним из главных инструментов системы управления качеством на предприятиях жилищно-коммунального хозяйства, обеспечивая реальную обратную связь с потребителями услуг и определяя основу для формирования процессов рыночного взаимодействия потребителя с производителем.

На примере одной из управляющих компаний г. Владивостока был проведен социологический опрос с целью выявления недостатков в качестве оказываемых услуг.

На основании проведенного опроса и обработки данных был сформирован перечень проблем в оказании услуг, предоставляемых управляющей компанией.

Половина опрошенных оценивают управление жилищно-коммунальных услуг как неудовлетворительное.

Самыми важными на сегодняшний день проблемами на территории обслуживания данной управляющей компании являются содержание мест общего пользования и придомовой территории, а также своевременность проведения текущего и капитального ремонта.

Для улучшения качества предоставляемых услуг был сформирован комплекс управленческих задач, направленных на повышение эффективности управления качеством услуг на основе инноваций, сбережения энергоресурсов и повышения экологических показателей.

На основе предложенных задач для повышения качества услуг ЖКХ были разработаны рекомендации по совершенствованию системы управления качеством услуг на предприятиях в сфере ЖКХ:

1. Ремонт и замена инженерных систем на современном техническом уровне. Необходимо подобрать современные трубы, фитинги и арматуру, которые в процессе эксплуатации надежны и не требуют какого-либо особого обслуживания в течении срока службы. Замена оборудования, исчерпавшего ресурс, на современное позволит экономить на его обслуживании и ремонте, повысит коэффициент использования услугой и снизит себестоимость самой услуги. Кроме того, современное оборудование наиболее экологичное и безвредное для здоровья людей и окружающей среды.

2. Повышение квалификации работающего персонала. Для этого целесообразно укомплектовывать штаты персоналом, имеющим специальную профессиональную подготовку в сфере ЖКХ; проводить обучающие тренинги, семинары по изучению новых технологий и периодические проверки на соответствие квалификационным требованиям. Важным элементом внутриорганизационной подготовки является внедрение системы наставничества, которая дает возможность качественной подготовки молодых специалистов.

3. Использование учета и контроля показателей качества ЖКУ. Введение данной рекомендации позволит управляющей компании контролировать процесс предоставления ЖКУ и оперативно реагировать на устранение возможных неполадок или сбоев в режиме работы технологических процессов.

В свою очередь учет и контроль управления качеством жилищно-коммунальных услуг можно разделить на три составляющих:

3.1. Контроль и оценка предоставляемых услуг со стороны предприятия, а именно внедрение системы контроля качества на предприятии за счет постоянной оценки предоставленных услуг населению.

3.2. Контроль и оценка предоставляемых услуг со стороны населения, а именно регулярный мониторинг отзывов и комментариев о предоставленных услугах и ежеквартальное проведение опросов об удовлетворенности качеством управления МКД. При осуществлении этих мероприятий, потребитель должен будет оценить и прокомментировать качество каждой предоставленной ему услуги.

Таким образом, управляющая компания сможет объективно наблюдать за удовлетворенностью потребителей ЖКУ и постоянно совершенствовать качество предоставляемых услуг

3.3. Ведение отчетности по контролю предоставления ЖКУ, документирование всех видов обратной связи населения, регистрация всех обращений, поступающих на предприятие от жильцов МКД.

Внедрение предлагаемых рекомендации позволит:

- улучшить исполнение услуг и удовлетворение требований потребителей;
- повысить производительность и эффективность предоставления услуг
- сократить затраты и издержки на предприятии;
- повысить конкурентоспособность предприятия на рынке предоставляемых услуг;

Литература:

1. Официальный сайт Государственного комитета статистики. — Интернет-ресурс. Режим доступа: <http://www.gks.ru>.
2. Услуги жилищно-коммунальные. Термины и определения. ГОСТ Р 51929–2002. — М.: Перспектива, 2005. — 16 с.
3. Предводителя, М.Д. Подходы к управлению качеством услуг: фокус на потребителя / М.Д. Предводителя, О.Н. Балаева // Менеджмент в России и за рубежом. — 2015. — № 2 — С. 90–100.
4. Аудит системы менеджмента качества // Багаев, А. Реформа жилищно-коммунального хозяйства. — Ростов-н/Д.: Феникс, 2014. — 224 с.
5. Музафаров, А.А. Применение маркетинговых исследований на рынке общественных благ и жилищно-коммунальных услуг муниципального образования / А.А. Музафаров // Вестник Владимирского государственного гуманитарного университета. — 2014. — № 18 — С. 34–40.
6. Жилищный кодекс Российской Федерации. По состоянию на 16.02.2015. — М.: Омега-Л, 2015. — 104 с.

Компенсационный менеджмент

Верещагина Кристина Андреевна, студент;

Терещенко Дарья Леонидовна, студент

Дальневосточный федеральный университет

Семенова Нина Константиновна, кандидат технических наук, доцент

Владивостокский филиал Российской таможенной академии

Целью этой статьи является рассмотрение компенсационного менеджмента, как инструмента мотивации персонала организации с целью организовать справедливую систему оплаты труда с учетом опыта и знаний сотрудников. Сделать вывод об актуальности внедрения компенсационного менеджмента в российские организации.

Ключевые слова: компенсационный менеджмент, мотивация, система оплаты труда

Компенсация труда наемных работников является очень актуальным вопросом в современной науке, так как именно она позволяет поддерживать заинтересованность сотрудников предприятия в эффективности их профессиональной деятельности.

«Компенсационный менеджмент — система знаний в области управления людьми, их мотивации и разработки системы оплаты труда, трудового права и отношений внутри организации» [9].

— стимулировать заинтересованность персонала в повышении качества услуг и удовлетворении требований потребителей.

Достижение высокого уровня качества предоставления жилищно-коммунальных услуг является одной из главных целей управления организации и должно быть направлено на минимизацию затрат на их предоставление. Очевидно, что в системе жилищно-коммунального хозяйства необходимы преобразования, которые в первую очередь зависят от интересов всех участников.

Таким образом, в данной статье выполнен анализ системы управления качеством услуг в сфере жилищно-коммунального хозяйства и разработаны практические рекомендации по улучшению качества предоставляемых услуг для предприятий в сфере ЖКХ.

В то же время компенсационный менеджмент представляет собой совокупность методов и средств, разрабатывающие систему оплаты труда, стимулирования и мотивации сотрудников к труду, систему бонусов и премий для сотрудников, приемы мотивации к труду и профессиональному росту, методы формулирования заданий, нормы трудового режима.

Компенсационный менеджмент — это организационное оформление практической деятельности по раз-

работки оплаты труда, заключающееся в распределение задач и закрепление процедур за руководителями разного уровня.

Таким образом, «компенсационный менеджмент» необходимо рассматривать как систему, включающую (см. рис. 1):

1. науку об управлении вознаграждением наемных работников (интегрированную систему знания);
2. вид управленческой деятельности по организации оплаты труда;
3. институциональную структуру специализированных органов, обеспечивающих процесс принятия решений.



Рис. 1. Схема взаимосвязи структурных элементов компенсационного менеджмента.

Динамические изменения, которые происходят в экономике, имеют воздействия на взаимоотношения между руководителями и подчиненными. В настоящий момент существует множество моделей трудовых отношений.

Материальное стимулирование работников — важная часть в управлении человеческими ресурсами. Многие функции по организации системы оплаты труда были переданы от государства предпринимателям. Теперь они могут сами устанавливать формы бонусов и премий, системы и размеры заработной платы.

Система оплаты труда предприятия может включать в себя всё, что сотрудник может ценить и хотеть и что начальник в состоянии и может предложить взамен на вклад сил и профессионализма работника в выполнения миссии организации.

Определение «заработной платы» включает в себя не только оклад, как это было раньше, но и различные премии, надбавки, социальные льготы, доплаты, включает так же денежные суммы за праздничные дни и ежегодный отпуск. Исходя из всего вышеперечисленного, трудовые доходы сотрудника — это его личный вклад, который учитывает конечный результат деятельности предприятия, максимальный размер заработной платы не установлен. Законодательство устанавливает только минимальный размер заработной платы и налоги. Все перечисленные определения можно объединить одним термином — компенсационный менеджмент.

Компенсационный менеджмент может служить хорошей основой для приближения к построению системы оплаты труда, которая будет дифференцировать опыт и профессио-

нализм сотрудника, а также стимулировать его производительность. Вознаграждение также включает в себя множество социальных льгот.

Компенсационная система должна быть понятна, проста и доступна всем наёмным сотрудникам организации. Она должна нести смысл того, что все они могут разделить успех организации с руководством и что организация хочет разделить свою прибыль, которая была получена в ходе продуктивной деятельности всего коллектива, со всеми членами в равной мере.

Для того чтобы разработать справедливую компенсационную систему оплаты труда, руководство компании должна рассматривать такие компенсационные стратегии, как:

1. Правильно оценивать ценность и стоимость выполняемого задания;
2. Адекватно оценивать стоимость профессиональных навыков наёмных сотрудников;
3. Установить систему вознаграждений за вклад сотрудника в достигнутые им результаты;
4. Поощрять сотрудников за развитие профессиональных навыков и знаний;
5. Поддерживать кооперативные усилия бригад и рабочих единиц;
6. Создавать наглядные компенсационные планы;
7. Обеспечение компенсационного пакета, который улучшает существующий стиль жизни и защищает наёмных работников и их семьи.

В кадровом менеджменте появляется много новых понятий, связанные с изменением и развитием экономики. В том числе появилось такое понятие, как компенса-

онный пакет. Это своего рода набор компенсаций, который получает сотрудник за выполненную им работу. Работник предоставляет свое время, здоровье, силы и профессиональные качества предприятию, а в ответ получает материальное и нематериальное вознаграждение.

Компенсационный пакет состоит из набора социальных льгот, которые предусмотрены законодательством и предоставляет компания, оклада и переменной заработной плате.

Главное значение компенсационного менеджмента в том, что он стимулирует деятельность наёмных работников, направляя её на выполнение стоящих перед компанией стратегических задач. Таким образом, компенсационный менеджмент объединяет материальные заинтересованность сотрудников с ключевыми задачами компании.

Целями компенсационной системы являются:

1. Привлечение работников в компанию. На рынке труда множество организаций конкурируют друг с другом за квалифицированных наёмных рабочих, выполняющих различные стратегические задачи, которые помогают компании реализовать её миссию.

2. Соответствие денежной компенсации трудовой деятельности сотрудника. Ведь когда заработная плата компании не соответствует той, что предлагается на рынке труда, работник может покинуть ее.

3. Мотивация профессиональной деятельности у персонала. Различные материальные вознаграждения должны стимулировать работников к производительности, развитию творческих способностей, получения опыта и преданности компании.

4. Осуществления контроля заработной платы сотрудников. Эффективная компенсационная система позволяет компании осуществлять контроль и управление за издержками на наёмных сотрудников, и при этом обеспечивает количество требуемых человеческих ресурсов.

5. Компенсационная система должна быть проста, доступна и понятна всем наёмным сотрудникам организации. Так же она должна быть эффективна с административной точки зрения.

6. Система компенсаций компании должна соответствовать требованиям закона. Так как государство во всех странах регулирует вознаграждение работников. Материальное вознаграждение имеет большое значение в наущении сотрудников, ведь оно позволяет добиться того, чтобы закрепить осуществлённое поведение или принять решение об отказе от него. Если отсутствует материальная компенсация, у работника не изменяется представление о результате его действий, то есть фактически не происходит заметного изменения поведения.

В каждой компании компенсационная система должна быть индивидуальна. При этом появление проблем с ней возможно при неправильном выборе и сочетании следующих факторов [3]:

1. Внутренние и внешние вознаграждения. Внешние вознаграждения — это материальные и нематериальные выплаты, которых входят в структуру компенсационного

пакета, устанавливая при этом зависимость от результатов деятельности каждого работника и компании в целом. Таким образом, внешние вознаграждения полностью регулируются организацией. Внутренние вознаграждения — это получение удовлетворения от работы. То есть компания может только создавать условия для, того чтобы сотрудник получал удовольствие от работы.

2. Необходимо в правильном соотношении использовать базовую, оценочную и стимулирующую оплату труда. Можно так же прибегать к окантовочной компенсации. При этом базовая оплата — оклад, который соответствует должности сотрудника. Работник будет получать базовую оплату, пока он сохраняет своё рабочее место. Оценочная оплата — это различные надбавки (за выслугу лет, профессионализм), главная цель которых сохранение ценных сотрудников в компании. За усилия, которые работники дополнительно используют в своей трудовой деятельности, назначается стимулирующая оплата труда. Окантовочная компенсация — это нематериальные выплаты для сотрудников компании.

3. Требуется оптимальное соотношение немедленных вознаграждений (заработная плата, премия) и отложенных выплат.

4. Правильно сочетать стимулирование труда индивидуального и коллективного. Система стимулирования делится на две группы: Первая группа образуется из результатов деятельности компании в целом (стимулирование конкретных показателей труда, таких как объемы работ и продаж; система премий и бонусов; система получения части прибыли компании).

5. Вторая группа появилась исходя из отношения собственности (акции предприятия находятся в собственности у сотрудников организации, различные контракты, которые предоставляют право на приобретение в будущем акции компании-работодателя).

Система компенсаций компании должна принимать во внимание профессиональные особенности каждой категории деятельности. При практическом применении политики компенсаций можно использовать любые её элементы, которые лучше других соответствуют задачам и целям компании, а также могут способствовать разрешению проблемной ситуации предприятия.

Происходящие изменения в экономике России положительно влияют на рынок труда в целом. Появляются высококвалифицированные кадры, которые интересуются не только заработной платой, но и условиями труда и возможностью получения дальнейшего образования. Многие работники предпочитают получение статуса самозанятости и возможность карьерного роста при высоких профессиональных качествах.

Есть специалисты, которых привлекают новые, еще нерешенные им задачи. Они не боятся менять место работы. Для них получение нового опыта и знаний, важнее, чем работа на одном месте. Компании же в свою очередь стремятся покупать опыт, а не выращивать опытных сотрудников — тенденция, которая существует в настоящее время.

Если раньше основным определяющим фактором оплаты труда считалась занимаемая должность, то теперь рассматривается сочетание должности, личности и рынка.

В будущем может возрасти разрыв в оплате труда работников с низкой квалификацией и ценных технических специалистов. Так как спрос на специалистов инженерных профессий растет. Так же растет разница между минимальной и максимальной оплатой труда.

Российским организациям следует пересмотреть компенсационную систему и внести в нее изменения. В новую модель вознаграждения труда должна входить как внешние выплаты, такие как базовая оплата труда, различные бонусы и премии, так и внутренние выплаты, обеспечивающие оптимальное соотношение между личной жизнью сотрудника и работой, а также возможность карьерного роста.

Литература:

1. Горелов Н. А., Литунов О. Н. Не забудьте заплатить. Компенсационный менеджмент. / Н. А. Горелов, О. Н. Литунов // Российское предпринимательство. — 2005 г. — № 3 — С. 111–113.
2. Еремеев М. А. Оценка современных тенденций вознаграждения труда персонала. / М. А. Еремеев // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. — 2009 г. — № 3 — С. 92–96.
3. Корнеева И. В. Проблемы компенсационного менеджмента в организации. / И. В. Корнеева // Региональная экономика: теория и практика. — 2005 г. — № 5 — С. 32–33.
4. Хендерсон Р. Компенсационный менеджмент. 8-е изд. / Пер. с англ. под ред. Горелова Н. А. — СПб.: Питер, 2004. — 880 с.
5. Чаплина А. Н. Компенсационный менеджмент в системе управления персоналом / А. Н. Чаплина // Управление человеческими ресурсами — основа развития инновационной экономики. — 2009 г. — № 1 — С. 103–106.
6. Johnson, J.S., Friend, S.B., Agrawal, A. Dimensions and contingent effects of variable compensation system changes. // Journal of Business Research. — 2016 г. — Volume 69, Issue 8, Pages 2923–2930.
7. Raschshepko, Y. Creativity of company and creativity of manager: How to measure them? Almaty Management University, Almaty, Kazakhstan — 2016 г. — Pages 516–519.
8. Stanila, L., Cristescu, A., Popescu, M. E. The effects of minimum wage upon earnings on European labour markets. National Scientific Research Institute for Labour and Social Protection, Bucharest University of Economic Studies, Bucharest, Romania — 2015 г. — Pages 910–917.
9. (Горелов Н. А. Компенсационный менеджмент (наука о вознаграждении наемных работников) // Креативная экономика. — 2007. с. 14–18.)

Проблемы использования оборотных активов в организациях и пути их решения на примере ООО «А-ДВ»

Верхолат Руслан Константинович, студент;

Адушев Матвей Николаевич, старший преподаватель

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса, филиал в г. Артеме

В статье дается понятие оборотных активов, из каких элементов состоят оборотные активы, оценка их состояния и эффективного использования в ООО «А-ДВ». Из проведенного анализа и оценки влияния ее факторов, можно сказать, что не смотря на повышение эффективности использования оборотных активов, у предприятия имеются проблемы использования отдельных элементов оборотных активов. Происходит замедление оборачиваемости текущих активов на отдельных стадиях хозяйственного кругооборота. В работе представлены пути повышения эффективности использования оборотных активов.

Ключевые слова: бухгалтерский баланс, оборотные активы, оборачиваемость текущих активов

В современных экономических условиях, когда перед предприятием стоит целый ряд проблем, особенно важна оценка потребностей и потенциала субъектов предпринимательства, в частности использование оборотных активов [1, с. 981]. Оборотные активы являются наиболее подвижной частью имущества организации, поэтому их

анализ имеет важную значимость для исследуемой компании. От скорости оборачиваемости текущих активов зависят результаты деятельности предприятия — выручка и прибыль [2, с. 156].

Анализ оборотных активов следует начать с изучения состава, структуры и динамики. ООО «А-ДВ», занимаю-

щееся оптовой торговлей лесными и строительными материалами. Анализ состава, структуры и динамики оборотных активов ООО «А-ДВ» на конец 2014–2015 гг. отражен в таблице 1.

Таблица 1. Анализ состава, структуры и динамики оборотных активов ООО «А-ДВ» на конец 2014–2015 года

Показатель	Конец 2014 года	Уд. вес, %	Конец 2015 года	Уд. вес, %	Отклонение (+; –)	
					абсолютное	Относит., %
Запасы всего, в том числе:	2006,2	23,6	3200,4	39,2	+1194,2	+59,5
— товарно-материальные ценности	1967	23,1	3155,1	38,6	+1188,1	+60,4
— расходы на продажу	39,2	0,5	45,3	0,6	+6,1	+15,6
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	191,3	2,2	290,2	3,6	+98,9	+51,7
Дебиторская задолженность	3350,2	39,4	1912,3	23,4	-1437,9	-42,9
Денежные средства и денежные эквиваленты	2964,1	34,8	2768,4	33,9	-195,7	-6,6
Итого оборотных активов	8511,8	100	8171,3	100	-340,5	-4

По данным проведенного анализа можно сказать, что стоимость оборотных активов в 2015 году по сравнению с 2014 годом на конец года уменьшилась на 340,5 тысяч рублей или 4 процента. Снижение стоимости оборотных активов связано с уменьшением дебиторской задолженности и денежных средств. Снижение дебиторской задолженности произошло за счет погашения задолженности покупателей и списания задолженности покупателей и заказчиков с истекшим сроком исковой давности на убытки. Снижение денежных средств связано с приобретением материальных оборотных активов и основных средств. В структуре оборотных активов оборотных активов произошли кардинальные изменения, если на конец 2014 года наибольший удельный вес в оборотных активах занимала

дебиторская задолженность — 39,4 процентов, то на конец 2015 года наибольшую часть занимают запасы — 39,2 процентов.

Анализ эффективности использования оборотных активов, которая определяется скоростью оборота текущих активов и их рентабельностью. Чем выше скорость оборота и рентабельность оборотных активов, тем выше эффективность их использования [3, с.247]. Рентабельность оборотных средств находится в прямой зависимости от скорости оборота средств и эффективности продаж, чем выше оборачиваемость текущих активов и эффективнее продажи, тем выше рентабельность оборотных средств [4, с. 143]. Анализ эффективности использования оборотных активов ООО «А-ДВ» отражен в таблице 2.

Таблица 2. Анализ эффективности использования оборотных активов ООО «А-ДВ» за 2014–2015 год в тысячах рублей

Показатель	2014 год	2015 год	Отклонение (+; –)	
			абсолютное	Относит., %
Выручка	99782	111228	+11446	+11,5
Прибыль от продаж	3446	5658	+2212	+64,2
Средняя величина оборотных активов	9623	8342	-1281	-13,3
Коэффициент оборачиваемости текущих активов, обор.	10,4	13,3	+3	+28,6
Коэффициент загрузки средств в обороте, руб./руб.	0,10	0,07	-0,02	-22,2
Длительность одного оборота текущих активов, дней	34,7	27	-7,7	-22,2
Рентабельность оборотных активов, %	35,8	67,8	+32	+89,4

По данным проведенного анализа можно сказать, что оборотные средства предприятия в 2015 году использовались эффективнее, чем в 2014 году, об этом характеризует ускорение оборачиваемости текущих активов, повышение рентабельности оборотных средств, а также снижение коэффициента загрузки средств в обороте и длительности одного оборота текущих активов. Коэффициент оборачиваемости за год увеличился с 10,4 до 13,3 оборота, это говорит

о том, что с каждого рубля вложенного в оборотные активы предприятием получено выручки в 2015 году в 13,3 рубля, в то время как в 2014 году только 10,4 рубля. Благодаря ускорению оборачиваемости активов длительность одного оборота текущих активов за год снизилась на 7,7 дней, таким образом, для получения выручки предприятию требуется в 2015 году 27 дней с момента вложения средств в оборотные активы. Также следует отметить, что за счет

ускорения оборачиваемости для получения одного рубля выручки предприятию потребовалось оборотных средств в 2015 всего 7 копеек, в то время как в 2014 году 10 копеек, экономия составила 3 копейки. Общая экономия средств, вкладываемых в оборотные активы, за год составила 3336,8 тысяч рублей. Рентабельность оборотных активов за год увеличилась с 35,8 до 67,8 процентов, таким образом, с каждого рубля, вложенного в оборотные активы, компания получила в 2015 году 68 копеек прибыли от продаж, в то время как годом ранее было получено только 36 копеек. Ускорение оборачиваемости текущих активов, повышение рентабельности оборотных средств, а также снижение коэффициента загрузки средств в обороте и длительности одного оборота текущих активов является положительной тенденцией для компании. Не смотря на повышение эффективности использования оборотных

активов компании, нет предела у компаний по повышению их эффективности.

Для подсчета влияния таких факторов как длительность одного оборота денежных средств, запасов и дебиторской задолженности воспользуемся факторной моделью длительности оборачиваемости текущих активов [5, с. 352], [6, с. 272].

$$D_{1об\ TA} = D_{1об\ ДС} + D_{1об\ З} + D_{1об\ ДЗ},$$

где $D_{1об\ ДС}$ — средний срок нахождения денежных средств в кассе и на счетах в банке; $D_{1об\ З}$ — период нахождения запасов на складах предприятия; $D_{1об\ ДЗ}$ — период нахождения средств в расчетах.

Анализ влияния вышеперечисленных факторов на длительность одного оборота текущих активов ООО «А-ДВ» проведем в таблице 3.

Таблица 3. Анализ влияния факторов на длительность одного оборота текущих активов ООО «А-ДВ»

Показатель	2014 год	2015 год	Отклонение (+; -)	
			Абсолютное	Относит.,%
Выручка	99782	111228	+11446	+11,5
Средняя величина оборотных активов всего, в том числе:	9623	8342	-1281	-13,3
— денежные средства	1668	2866	+1198	+71,8
— запасы	1920	2843	+923	+48,1
— дебиторская задолженность	6036	2632	-3404	-56,4
Длительность одного оборота текущих активов в днях всего, в том числе:	34,7	27	-7,7	-22,2
— средний срок нахождения денежных средств в кассе и на счетах в банке;	6	9,3	+3,3	+55
— период нахождения запасов на складах предприятия;	6,9	9,2	+2,3	+33,3
— период нахождения средств в расчетах.	21,8	8,5	-13,3	-61

По данным проведенного анализа можно сказать, что длительность одного оборота текущих активов за год снизилась с 34,7 до 27 дней. Уменьшение длительности одного оборота текущих активов произошло за счет снижения периода нахождения средств в расчетах на 13,3 дней. При этом это связано за счет не только за счет погашения задолженности покупателей и заказчиков, но и списания дебиторской задолженности с истекшим сроком исковой давности.

Негативными факторами, сдерживающими уменьшения длительности одного оборота является увеличение среднего срока нахождения денежных средств в кассе и на счетах в банке на 3,3 дня, а также увеличение периода нахождения запасов на складах предприятия на 2,3 дня. Замедление оборачиваемости денежных средств связано с отсутствием четкого планирования денежных потоков организации и не умением управлять ими. Замедление оборачиваемости запасов связано с излишним затовариванием предприятия. Проведя анализ эффективности использования оборотных активов, и оценив влияние на нее факторов

можно сказать, что, не смотря на повышение эффективности использования оборотных активов, у предприятия имеются проблемы и резервы дальнейшего роста в этом направлении. В качестве проблем необходимо выделить следующие события:

- повышение эффективности использования оборотных активов произошло за счет снижения периода нахождения средств в расчетах, однако это произошло не только за счет погашения дебиторской задолженности, но и за счет списания дебиторской задолженности с истекшим сроком исковой давности;
- наличие просроченной дебиторской задолженности, сдерживающей рост эффективности использования оборотных активов;
- увеличение среднего срока нахождения денежных средств в кассе и на счетах в банке в «замороженном» состоянии;
- увеличение периода нахождения запасов на складах предприятия.

Для устранения данных проблем ООО «А-ДВ» необходимо предпринять следующие мероприятия:

- дебиторскую задолженность, возникающую перед организацией с отсрочкой платежа и сомнительным финансовым положением организации передавать под факторинг банку или специализированной организации;
- подать иск в суд на взыскание дебиторской задолженности, пока ни истек срок исковой давности. Доля просроченной дебиторской задолженности составляет 6,9 % от оборотных активов, таким образом, снижение дебиторской задолженности составит 563,8 тысяч рублей.

$$P \downarrow ДЗ = 8171,3 \times 6,9 \% = 563,8 \text{ тысяч рублей}$$

- денежные средства необходимо использовать на строительство склада лесоматериалов, стройматериалов и сантехнического оборудования в городе Уссурийск и Хабаровск.

На открытие склада предприятию потребуется денежных средств на строительство склада 500 квадратных метров в городе Уссурийск исходя из собственных стройматериалов в размере 3500 тысяч рублей, а в городе Хабаровск 500 квадратных метров со сроком полезного использования в 30 лет 5000 тысяч рублей. При этом 1500 тысяч рублей из собственных средств — стройматериалы и денежные средства, а 7000 тысяч рублей за счет кредитов. В стоимости строительства учтены проценты по кредиту.

Данное мероприятие поможет не только освоить деньги, но увеличить выручку. Амортизация составит 283,3 тысяч рублей.

В Уссурийске необходим склад для того, чтобы сократить транспортные издержки, так как предприятию придется возить товары дважды, это сократит расходы на продажу около 1 %.

$$P \downarrow P = 32405 \times 1 \% = 324 \text{ тысяч рублей}$$

В Хабаровске склад позволит увеличить выручку. По предварительным оценкам ожидаемый резервный рост выручки составит не менее 20–25 миллионов рублей в год, рост себестоимости продаж 18–24 миллионов рублей в год. Даже при выручке в 111228 тысяч рублей и площадью складских помещений в 1500 квадратных метров в пересчете на 500 квадратных метров выручка в городе Хабаровск должна составить около 37076 тысяч рублей.

$$\frac{111228}{1500} \times 500 = 37076 \text{ тысяч рублей}$$

Данные мероприятия позволят сократить период нахождения запасов на складах, снизить объем дебиторской задолженности и средний срок нахождения денежных средств в кассе и на счетах в банке.

Насколько повлияют данные мероприятия, проведем анализ эффективности использования оборотных активов на конец 2015 года и план 2016 год в таблице 4.

Таблица 4. Анализ эффективности использования оборотных активов на конец 2015 года и план 2016 года

Показатель	Конец 2015 года	Влияние факторов (+; -)		Конец 2016 года	Отклонение (+; -)
		Строительство складов	Взыскание дебиторской задолженности		
Выручка	111228	+20000	-	131228	+20000
Себестоимость продаж	73165	+18000	-	91165	+18000
Коммерческие расходы	32405	+283,3–324	-	32364,3	-40,7
Прибыль от продаж	5658	2040,7	-	7698,7	2040,7
Стоимость оборотных активов	8171,3	-1500	-563,8	6107,5	-2063,8
Средняя величина оборотных активов	8342	-	-	7139,4	-1202,6
Коэффициент оборачиваемости текущих активов, обор.	13,3	-	-	18,4	+5,1
Коэффициент загрузки средств в обороте, руб./ руб.	0,07	-	-	0,05	-0,02
Длительность одного оборота текущих активов, дней	27	-	-	19,6	-7,4
Рентабельность оборотных активов, %	67,8	-	-	107,8	+40

По данным проведенного анализа можно сказать, что за счет проводимых мероприятий эффективность использования оборотных активов повысится, об этом характеризует ускорение оборачиваемости текущих активов и повышение рентабельности оборотных активов.

Коэффициент оборачиваемости текущих активов в 2016 году увеличится на 5,1 оборота и составит 18,4 оборота, это говорит о том, что компания с каждого рубля вложенных в оборотные активы получит выручки в 2016 году в 18,4 рублей, что на 5,1 рублей больше, чем в 2015 году.

Для получения одного рубля выручки предприятию потребуется средств вкладываемых в оборотные активы на 2 копейки меньше, об этом характеризует снижение коэффициента загрузки средств в обороте. Общая экономия оборотных средств составит 2624,6 тысяч рублей.

Длительность одного оборота текущих активов снизится с 27 до 19,6 дней, таким образом, для получения выручки предприятию потребуется всего около 20 дней с момента вложения средств в оборот, что является положительной тенденцией для компании.

Рентабельность оборотных активов также вырастит с 67,8 до 107,8 процентов, это говорит о том, что в 2016 году компания с каждого вложенного рубля в оборотные активы получит прибыли от продаж в 1,08 рублей, вместо 0,68 рублей в 2015 году.

Проведя исследование бухгалтерского баланса как источника информации о состоянии и эффективности использования оборотных активов в организации ООО «А-ДВ», в частности исследовалась организация и технология составления бухгалтерского баланса, анализ состояния и эффективности использования оборотных активов.

Предприятие ООО «А-ДВ» развивается, об этом характеризует увеличение выручки и прибыли предприятия,

эффективность использования трудовых ресурсов и имущественный потенциал компании растет. Однако следует отметить что ООО «А-ДВ» не использует полностью потенциал увеличения эффективности использования оборотных активов, ведется нерациональное использование средств, вкладываемых в оборотные активы, что является проблемой предприятия.

Для повышения эффективности использования оборотных активов предприятию ООО «А-ДВ» были предложены следующие мероприятия: дебиторскую задолженность, возникающую перед организацией с отсрочкой платежа и сомнительным финансовым положением организации передавать под факторинг банку или специализированной организации; подать иск в суд на взыскание дебиторской задолженности, пока ни истек срок исковой давности; денежные средства необходимо использовать на строительство склада лесоматериалов, стройматериалов и сантехнического оборудования в городе Уссурийск и Хабаровск; создавать резерв по сомнительным долгам.

Данные мероприятия позволят сократить период нахождения запасов на складах, снизить объем дебиторской задолженности и средний срок нахождения денежных средств в кассе и на счетах в банке.

Литература:

1. Царева Н. А. Оценка потребностей и потенциала региональных субъектов малого и среднего предпринимательства в сфере международного и межрегионального сотрудничества: на материалах социологического исследования проведенного в Приморском крае // Экономика и предпринимательство. — 2015. — № 1 (54). — С. 981–987.
2. Сапожникова, Наталья Глебовна. Бухгалтерский учет: учебник / Н. Г. Сапожникова. — 7-е изд., перераб. — Москва: Кнорус, 2014. — 452 с.
3. Абдукаримов И. Т. Финансово-экономический анализ хозяйственной деятельности коммерческих организаций (анализ деловой активности): Учебное пособие / И. Т. Абдукаримов. — М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. — 320 с.
4. Басовский Л. Е. Экономический анализ (Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности): Учебное пособие / Л. Е. Басовский, А. М. Лунева, А. Л. Басовский. — М.: ИНФРА-М, 2010. — 222 с.
5. Савицкая Г. В. Анализ хозяйственной деятельности: Учебное пособие / Г. В. Савицкая. — М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. — 284 с.
6. Савицкая Г. В. Комплексный анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учебник / Г. В. Савицкая. — М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. — 607 с.

Анализ товарных запасов на примере ООО «Донцова»

Виничук Зульфия Исламиддиновна, студент;

Лукашина Наталья Вячеславовна, преподаватель

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса, филиал в г. Артеме

Ключевые слова: *товарные запасы, товарооборачиваемость, товарооборот*

В современных экономических условиях успешность деятельности достигается путем учета всех потребностей и потенциала организации [4]. Значительное влияние на результаты ее деятельности оказывают ассортимент и структура реализации товаров. Для предприятия, занимающегося розничной торговлей, главной

проблемой является выбор ассортимента товаров в магазине, благодаря чему, предприниматели имеют возможность получить максимальную прибыль. Постоянный анализ и контроль ассортимента необходим для преодоления трудностей с перепроизводством товаров, уменьшением объема продаж [5].

Разберем вопрос, что такое ассортимент товаров и для чего он необходим на примере ООО «Донцова». Ассортимент товаров — это множество их групп и подгрупп, видов и разновидностей, сгруппированных по какому-либо определенному признаку. В ООО «Донцова» ассортимент товара представляет собой предложение товаров, вследствие чего он вынужден заинтересовать покупателя к приобретению и быть шире, чем перечень спрашиваемых товаров для того, чтобы обеспечить выбор. После этого ассортимент окажет воздействие на спрос, вырабатывает новые потребности, а это путь к повышению объемов продажи товаров.

Управление ассортиментом — это деятельность, направленная на достижение требований рациональности ассортимента [1]. Задача ООО «Донцова» состоит в том, чтобы не просто предоставить покупателю товар, а создать условия, удовлетворяющие его потребности. Для этого также следует принимать к сведению и такие составляющие, как сервис, сопутствующие товары и услуги [3]. Соответствие ассортимента характеру предъявляемого потребителями спроса: то есть спрос постоянно меняется, поэтому ассортимент товара в магазине вынужден быть гибким и изменяться в соответствии со спросом.

Для того чтобы выявить какой именно ассортимент товаров необходим предприятию, нужно провести расчет товарооборота ООО «Донцова» по месяцам и кварталам ООО «Донцова» за 2014–2015 гг. ООО «Донцова» устанавливает для себя плановые показатели по объему продажи товаров, для того чтобы определить

уровень их выполнения, который показывает, как организация достигает поставленные перед собой задания по продажи товаров необходимо проанализировать план товарооборачиваемости.

Анализ ассортимента товаров следует начинать с изучения их суммы. При этом выявляется недостаток или излишек ассортимента товаров на определенную дату по сравнению с нормативом, а также их уменьшение или увеличение по сравнению с прошлым годом. Недостаток или излишек товарных запасов на определенную дату определяют не только в абсолютных единицах измерения, но и в относительных, то есть в днях. Товарный запас в днях на определенную дату показывает, на сколько дней торговли имеется товара.

Товарооборачиваемость в днях показывает, за сколько дней обернется средний товарный запас. Товарооборачиваемость может быть рассчитана и в разгах. Этот показатель называется скоростью обращения и показывает, сколько раз за данный период времени обернется средний товарный запас [2].

Анализ товарооборачиваемости осуществляется путем сравнения фактической товарооборачиваемости в днях отчетного года с нормативной товарооборачиваемостью или с фактической товарооборачиваемостью прошлого года. В результате выявляется ускорение или замедление данного процесса.

Анализ товарооборачиваемости ООО «Донцова» приводится в таблице 1.

Таблица 1. Анализ товарооборачиваемости ООО «Донцова» за 2015 год (тысячах рублей)

Товарные группы	Товарооборот отчетного года		Товарные запасы отчетного года					Средний товарный запас	Товарооборачиваемость, дни		
	Всего	Одно-дневный	на 01.01	на 01.04	на 01.07	на 01.09	на 01.12		Прошлый год	Отчетный год	Отклонение (+,-)
Мясо-птица	3230	8,9	460,7	397,0	387,9	414,0	386,7	409,2	52,3	46	-6,3
Рыба	2786	7,7	320,1	316,8	311,0	325,7	320,9	318,9	49	41,4	-7,6
Гастрономические	2279	6,3	317,5	289,0	309,4	305,6	297,8	303,9	54,2	48,2	-6
Бакалейные	2270	6,3	312,6	302,8	287,0	295,5	314,9	302,6	57,1	48	-9,1
Фрукты-овощи	2413	6,7	311,2	299,5	334,8	316,4	324	317,2	53	47,3	-5,7
Кондитерские	2968	8,2	376,5	358,2	294,1	362	324,8	343,1	79,8	68,6	-11,2
Алкогольные	3927	10,9	495,4	502,7	486,0	415,2	507,6	481,4	56,4	44,2	-12,2
Прочие	1526	4,2	214,7	185,0	194,3	208,7	209,2	202,4	55	48,2	-6,8
Всего	21399	59,2	2808,7	2651	2604,5	2643,1	2685,9	2678,6	52,4	45,2	-7,2

Как следует из данных таблицы 1, в отчетном году по сравнению с прошлым годом произошло ускорение товарооборачиваемости по всем товарным группам. По группе «Мясо-рыба» товарооборачиваемость увеличилась на 6,3 дня, по группе «Рыба» на 7,6 дня, по группе «Гастрономические» на 6 дней, по группе «Бакалейные» на 9,1 дня,

по группе «Фрукты-овощи» на 5,7 дня, по группе «Кондитерские» на 11,2 дня, по группе «Алкогольные» на 12,2 дня, по группе «Прочие» на 6,8 дня.

В целом по ООО «Донцова» товарооборачиваемость в отчетном 2015 году составила 45,2 дня и ускорилась по сравнению с прошлым годом на 7,2 дня.

Анализ ассортимента и структуры проводится по товарам, которые сгруппированы в 9 товарных группа. Динамику розничной продажи по отдельным товарным

группам можно увидеть путем составления анализа структуры и ассортимента по товарным группам, что отражено в таблице 2.

Таблица 2. Анализ структуры и ассортимента по товарным группам ООО «Донцова» за 2014–2015 гг. (в тысячах рублей)

Товарные группы	2014 год (тыс. руб.)	Удельный вес в %	2015 год (тыс. руб.)	Удельный вес в %	Изменения в динамике структуры товарооборота	
					Удельного веса	2014г к 2015 гг.
Мясо-птица	2890	15	3230	15	0	11,8
Рыба	2459	12,8	2786	13	0,2	13,3
Гастрономические	2163	11,3	2279	10,7	-0,6	5,4
Бакалейные	2059	10,7	2270	10,6	-0,1	10,2
Фрукты-овощи	2149	11,2	2413	11,3	0,1	12,3
Кондитерские	2590	13,5	2968	13,9	0,4	14,6
Алкогольные	3626	18,9	3927	18,4	-0,5	8,3
Прочие	1263	6,6	1526	7,1	0,5	20,8
Всего	19199	100	21399	100	-	11,6

Розничный товарооборот в действующих ценах вырос по всем товарным группам. Неравномерность развития розничного товарооборота в ассортиментном разрезе в динамике привела к изменению его структуры, которая характеризуется удельным весом отдельных товарных групп в общем объеме товарооборота. Розничная продажа многих товаров в динамике растет небольшими темпами, что вызвано в основном повышением розничных цен. Снизилась доля удельного веса алкогольной продукции, в связи

с чем потери в товарообороте составили 0,5 %, также снизились продажи гастрономических и бакалейных изделий в 2015 году по отношению к 2014 году на 0,6 %, 0,1 %. Увеличилась доля рыбы на 0,2 %, фруктов и овощей на 0,1 % в общем товарообороте, это связано со спросом на эти группы товаров.

На рисунке 1 предоставлен анализ структуры ассортимента по товарным группам на примере ООО «Донцова» за 2014–2015 гг.

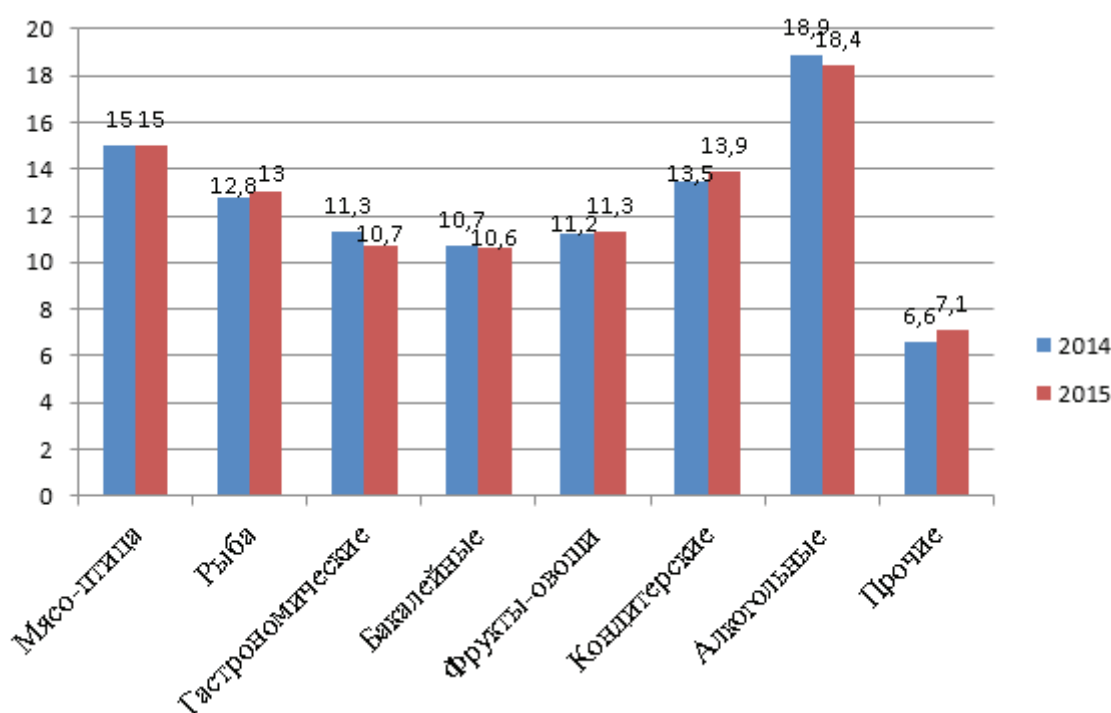


Рис. 1. Анализ структуры ассортимента по товарным группам ООО «Донцова» за 2014–2015 гг.

В целях оптимизации розничного товарооборота ООО «Донцова» можно рекомендовать проведение анализа оперативного розничного товарооборота. Оперативный анализ выполнения плана и динамики розничного товарооборота

в ООО «Донцова» необходимо проводить ежедневно, так как такой анализ направлен на обеспечение ритмичной торговой деятельности, успешного развития розничного товарооборота, высокого качества обслуживания покупателей.

Литература:

1. Куликова Н. Т. Управление ассортиментом товаров. — М.: Альфа-М, Инфра-М, 2014. — 240 с.
2. Лукаш Ю. А. Анализ финансовой устойчивости коммерческой организации и пути ее повышения. — учеб. пособ. М.: Флинта, 2012. — 282 с.
3. Проблемы экономики и управления предприятиями, отраслями, комплексами: монография. Книга 30 / Е. Н. Волк, Б. Даулетбаков, Е. В. Джамай и др. / Под общ. ред. С. С. Чернова. — Новосибирск: Издательство ЦРНС, 2016. — 220 с.
4. Царева Н. А. Оценка потребностей и потенциала региональных субъектов малого и среднего предпринимательства в сфере международного и межрегионального сотрудничества: на материалах социологического исследования проведенного в Приморском крае // Экономика и предпринимательство. — 2015. — № 1 (54). — С. 981–987.
5. Шишкин А. К. Учет, анализ, аудит на предприятиях торговли. — М.: Аудит ЮНИТИ, 2010. — 496 с.

Теоретические и методологические основы логистического аудита

Виноградов Сергей Викторович, менеджер по закупкам
ООО «ШЭУ» (г. Екатеринбург)

При создании предприятия и определении его организационной структуры формируется служба логистики. В соответствии с этим подбираются специалисты, которые организуют поставки, работу склада, доставку товаров потребителям и другие логистические операции. Все это предполагает существование отлаженной и эффективно функционирующей системы логистики на предприятии.

В ряде случаев менеджеры предприятий допускают ряд серьезных просчетов, что приводит к замедлению прохождения материальных потоков через предприятие, уменьшению пропускной способности логистической системы и, соответственно, к повышению затрат на логистику и снижению уровня обслуживания потребителей. Чаще всего, это связано с тем, что отсутствует системный подход в действиях специалистов, ответственных за разные функциональные области логистики (закупка, производство, сбыт и распределение). Каждый отвечает за свой участок без учета воздействия на очередной этап товародвижения.

Кроме того, внешняя среда предприятий является динамичной, изменяющейся средой, и служба логистики на предприятии должна быстро реагировать на внешние изменения. Это предполагает эффективную обратную связь, то есть разработку упреждающих воздействий на изменения внешней среды и изменения состава и структуры предприятия. Важным аспектом существования коммерческого предприятия на высоко конкурентном рынке является эффективно работающая служба логистики на предприятии и стратегическое планирование логистики предприятия.

В том случае, если руководство предприятия не в состоянии справиться самостоятельно с проблемами, возникающими в сфере логистики, они прибегают к услугам внешних консультантов для проведения логистического аудита. Целью аудита является выявление скрытых проблем предприятия, определение возможных путей их решения и внедрение разработанных методик для оптимизации логистической системы предприятия. [4. С. 58]

Проблема повышения эффективности работы коммерческой организации на основе совершенствования транспортных и логистических процессов на предприятии, оптимизации цепочек поставок грузов является одной из самых актуальных в условиях сложившегося кризиса мировой экономики. Предприятия ищут любые способы уменьшения издержек, переходя от привычного сокращения заработной платы и штата сотрудников, к более глубокому анализу затрат и поиску инструментов для решения этой задачи. Одним из таких инструментов является логистический аудит, который позволяет найти слабые места компании и создать базу данных, которую можно использовать для оценки компонентов логистической системы, выявления возможностей повышения её эффективности и производительности. [2. С. 77].

На уровне компании можно выделить следующие основные виды логистического аудита:

1. Общий функциональный аудит. Производится, как правило, нерегулярно — примерно один раз в год для оценки правильности выполнения персоналом логистического менеджмента своих функций. В этом случае обычно

назначается экспертная комиссия, состоящая из представителей руководства компании и сторонних консультантов, которая оценивает выполнение сотрудниками своих должностных обязанностей, результаты работы подразделений службы логистики за отчетный период времени, уровень качества и эффективность работ персонала.

2. Специальный функциональный аудит. Осуществляется сторонними консультантами и топ-менеджментом компании с целью оценить:

- 1) соответствие логистической стратегии компании корпоративной (маркетинговой) стратегии;
- 2) степень удовлетворения требований потребителей к качеству логистического сервиса;
- 3) соответствие характеристики логистического сервиса запросам и ожиданиям покупателей;
- 4) уровень логистических издержек и их составляющих.

3. Специальный аудит запасов. Применяется для контроля эффективности управления запасами. С помощью систем контроля запасов отслеживаются уровни запасов для оценки спроса, пополнения, возврата на завод-изготовитель, учета сверхнормативных и устаревших запасов. Кроме того проводится инвентаризация запасов на складах (ручной подсчет количества товаров на складе).

4. Аудит товарно-транспортной документации и расчетов за операции транспортировки (включая собственно перевозку, экспедирование, погрузку-разгрузку). Осуществляется на основе определенных процедур, принятых для бухгалтерского аудита, и вызван возможными ошибками персонала при оформлении документов, неправильным внесением данных в компьютер.

5. Финансовый аудит. Проводится сторонними аудиторами с использованием традиционных методов. В процессе данной работы выделяются специальные разделы, связанные с проверкой финансовых результатов работы логистического менеджмента. [4. С. 59]

Для того чтобы понять, что такое логистический аудит и в чём его отличие от простой бухгалтерской проверки, следует отталкиваться от формулировки аудита в целом. Одно из наиболее распространённых определений понятия «аудит» — это «системный процесс получения и оценки объективных данных об экономических действиях и событиях, устанавливающий уровень их соответствия установленному критерию и представляющий результаты заинтересованным пользователям». В качестве слов-синонимов можно применить термины «исследование», «диагностика», «изучение». Из этого логистический аудит можно определить как «системный процесс получения и оценки коммерческой деятельности компании по всей цепочке поставок», иначе говоря, логистический аудит — проводимая независимой стороной беспристрастная оценка всех аспектов цепи поставок компании, включая взаимоотношения с поставщиками и клиентами, планирование, процедуры, документооборот, логистическую инфраструктуру, контроль за качеством, соответствие затрат на логистику местным рыночным условиям. [1. С. 21]

Методология аудита заключается во вводе логистов-аудиторов на ключевые позиции логистической структуры компании. Традиционный метод запрашивания документов в бухгалтерии компании неэффективен при нечёткой логистической структуре у компании клиента. Логистический аудит, в отличие от финансового, предоставляет компании полную информацию, необходимую для принятия взвешенного и финансово-обоснованного решения, направленного на улучшение логистической системы и повышение операционной эффективности.

Ещё одно различие от финансового аудита, который проводят исключительно аудиторы, заключается в том, что в логистическом аудите к работе привлекаются специалисты разных уровней: от логистов-теоретиков и финансовых аудиторов до диспетчеров по транспорту и операторов складских систем не только в центральном офисе, но и на объектах (в том числе региональных) клиента.

Ключевой принцип логистического аудита — продвижение от общего к частному: от глобальных целей и показателей операционной работы к причинам низкой эффективности, производительности и упущенных возможностей и только после этого — к детальному исследованию выбранных сфер деятельности предприятия. В соответствии с этим принципом изучаются текущие стратегии и цели компании, которые могут повлиять на логистику или на которые, наоборот, может повлиять логистика. Для этого анализируются корпоративная миссия, ее производственная, маркетинговая и закупочная стратегия. Целью проведения аудита является создание базы данных, которой можно воспользоваться для оценки деятельности логистической системы предприятия. [4. С. 60]

В ходе аудита выявляются сильные и слабые стороны логистической системы предприятия; определяются позитивные и негативные тенденции; выявляются возможности для развития и оптимизации деятельности; уточняются случаи неэффективного использования ресурсов; производится оценка уровня конкурентоспособности продукции (услуги) и предприятия и т. д.

Направление логистического аудита заключается в определении организации цепочек поставок, её процесса, системы, управления персоналом и системы показателей. Предоставляемый в конце аудита отчет определяет эти процессы и измерительные показатели и предоставляет набор специфических рекомендации о том, как компания может усовершенствовать эффективность своей цепочки поставок.

Сбор данных для логистического аудита состоит из детального анализа актуальных документов и интервью с ведущим персоналом на производстве в компании. Эта информация является основой, на которой базируются первые выводы по проведению дальнейших процедур и выявлению слабых мест компании. Специалисты анализируют информацию и назначают встречи с главными менеджерами предприятия. Эти встречи обычно длятся около 45 минут, в ходе которых выясняются детали протекания различных бизнес-процессов на предприятии. Целью этих интервью явля-

ется описание всех процессов в цепочках поставок такими, какими они на самом деле являются. Каждое интервью также включает вопрос «пожелание», посредством которого сотрудника спрашивают, что он/она хотел (а) бы поменять в существующем процессе менеджмента цепочек поставок. [1. С. 93].

Перед интервью подготавливается протокол, который служит больше как проводник для сбора полной информации, чем строгий протокол для каждого индивидуального интервью. В течение интервью обсуждаются формальные обязанности каждого сотрудника, относящиеся к менеджменту цепочек поставок так же, как и мотивации, отношения или поведение, которые могли повлиять на то, как сотрудник взаимодействует с процессом управления цепочками поставок. Анализ информации после интервью приводит к пониманию командой всех процессов в цепочках поставок такими, какими они на самом деле являются.

Вопросы для разных специалистов отличаются друг от друга, и техники проведения интервью ориентированы на получение ответов по вопросам организации, процесса, системам и показателям, обозначенным выше. По окончании этих сессий интервью запрашивается итоговое ча-

совое совещание с руководителем предприятия и лицами, ответственными за менеджмент цепочки поставок.

На обработку информации, полученной по итогам проведения интервью и информации из официальных документов и отчетности, уходит обычно около 4 недель. По окончании этого срока компании-клиенту предоставляется черновик окончательного отчета. Руководство компании изучает его на наличие фактических ошибок и возвращает логистической компании с внесенными коррективами. Через неделю после этого составляется окончательный отчет. Команда компании, выполняющей логистический аудит, проводит презентацию результатов работы для менеджеров и тех, кто принимал участие в интервью.

На рис. 1 представлена схематическая последовательность (этапы) проведения логистического аудита, включающая в себя шесть ступеней или фаз, под которыми описаны цели, преследуемые при выполнении каждой фазы, и результаты, ожидаемые после завершения каждой фазы.

Так, при проведении первой фазы логистического аудита осуществляется полный анализ компании или проблемного звена, описывается настоящая ситуация на предприятии, интервьюируются ответственные за протекание процессов сотрудники с целью узнать их видение проблемы.



Рис. 1. Методика проведения логистического аудита

По результатам проведения первой фазы проводится презентация заключений менеджерам высшего звена.

При проведении второй фазы проводится поиск путей решения проблемы. Определяются измерители для исследуемых процессов и устанавливаются показатели, которые необходимо достигнуть.

В течение третьей фазы пошагово формулируются цели, которые будет ставить перед собой компания.

Каждой конечной цели предшествуют несколько «промежуточных»: достигая каждую цель, компания ставит перед собой цель, следующую после нее, до достижения конечной цели.

В четвертой фазе разрабатывается детальный план действий и мероприятий компании для достижения каждой из целей. Разрабатываются процессы реинжиниринга и с результатами знакомят ответственных за процесс сотрудников.

При проведении пятой фазы процесса происходит реализация намеченного плана действий. Поддержка компании происходит через локальную и дистанционную деятельность, регулярно анализируется информация о ключевом показателе для новых процессов. [3. С. 101].

В финальной фазе осуществляется контроль исполнения плана. Сотрудники компании, проводящей логистический аудит, наблюдают за тем, как действуют сотрудники компании-клиента и при необходимости оказывают им содействие по достижению намеченных целей.

Рекомендации составляются на основе индивидуальных показателей в финальном отчете и представляют собой базу предложений, направленных на улучшение финансовых показателей компании. Так как ни у одного предприятия нет возможности принять все изменения сразу, расставляются приоритеты, которые разделяются на те, которые должны быть выполнены немедленно, средне-

срочные проекты и те, на выполнение которых потребуется значительное время.

Логистический аудит предваряет запрос и сбор данных. Это дает возможность получить изначальное понимание ситуации на предприятии. Существует зависимость: чем больше собирается и обрабатывается информации на начальных этапах аудита, тем выше будет качество проектных решений. Но здесь скрывается и другая опасность — работники предприятия могут быть завалены запросами на информацию из принципа «чем больше запросишь, тем выше вероятность того, что получишь нужные данные». Такой подход зачастую приводит к тому, что работники предприятия будут загружены работой, полезность которой не всегда очевидна.

Делая информационные запросы, следует иметь в виду, что при нечеткой организационной структуре предприятия сбор документов и данных может быть недостаточно эффективен. В конечном итоге, качество запросов напрямую зависит от уровня квалификации аудиторов и методологии проведения исследования.

На основе собранной предварительной информации и данных изучаются и анализируются цели и задачи предприятия. В большинстве случаев, цель заключается в повышении прибыли за счет сокращения логистических затрат. Главной же целью предприятий является достижение и удержание глобального лидерства в своей рыночной области.

Также изучаются и анализируются стратегии (производственная, сбытовая, закупочная, логистическая) предприятия. Руководители предприятий формулируют несколько вариантов логистических стратегий. В частности, выделение транспортных и складских служб в аутсорсинг в форме дочернего предприятия или в виде независимой от предприятия фирмы. В данном случае грамотно реализованная стратегия аутсорсинга позволит не только выявить скрытые логистические затраты, но и устранить их, а также

эффективно управлять логистикой (и ее бюджетом) в условиях дефицита ресурсов.

Далее наступает очередь интервью с персоналом предприятия. Руководители и специалисты смежных подразделений опрашиваются для установления фактов, подтверждающих наличие проблем и узких мест в соответствии с разработанной методологией. Также, по мере необходимости и возможности, проводятся беседы со специалистами предприятий-партнеров и внутренних структурных подразделений. При этом выявленные проблемы должны подтверждаться примерами или фактами. [6. С. 45].

При отборе кандидатов для интервью предпочтение отдается специалистам, непосредственно связанными с цепями поставок, включая склады, транспорт, сбыт, продажи, информационные системы, взаимодействие с поставщиками, финансы. В ходе интервью выявляются и обсуждаются обязанности сотрудников, относящихся к управлению логистикой.

Каждое интервью также включает «вопрос-пожелание». Сотрудника спрашивают, что он хотел бы поменять в текущей работе. Последующий анализ информации дает полную и беспристрастную картину состояния процессов в системе логистики предприятий.

По ходу сбора информации проводится ее анализ. Рассматривается широкий круг вопросов, включая документооборот, взаимоотношения с поставщиками, планирование, процедуры, логистическая инфраструктура (состояние складов, транспортного парка, дорог), соответствие качества логистического сервиса и затрат на логистику. [7. С. 64].

Результатом аудита является объективный анализ ответственности существующей деятельности логистической системы клиента достижимому уровню идеала, а также четкий план достижения уровня идеала от текущего момента времени. [5. С. 39].

Литература:

1. Ардатова М. М. Логистика в вопросах и ответах. Учебное пособие. — М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2009—272 с.
2. Балабанов И. Т. Интерактивный бизнес. Спб.: Питер, 2010. — 185 с.
3. Джонсон С. Джеймс, Вуд Ф. Дональд, Вордлоу Л. Дэниел, Мерфи — мл. Р. Поль Современная логистика. 7-е изд. / пер.с англ. М.: ИД «Вильямс», 2007. — 700 с.
4. Левкин Г. Г. Логистика: теория и практика / Г. Г. Левкин. — Ростов н/Д: Феникс, 2009. — 221, [1] с.: ил. — (Высшее образование).
5. «Логистика — инновации — менеджмент»: сборник тезисов Второй Международной научно-практической конференции «Логистика — инновации — менеджмент» Брянск, БГТУ, 27 апреля 2012 г. / под редакцией А. В. Лагерева, Л. А. Карабан. — Брянск: БГТУ, 2012. — 280 с. — (Серия «Логистический мир»)
6. Мазнин С. В., Попов Е. В. Системы внутрипроизводственной логистики. Екатеринбург, 2010 г. — 271 с.
7. Савенкова Т. И. Логистика: учебное пособ. — 4-е изд., стер. — М.: Изд-во «Омега-Л», 2009. — 255 с.

Нетрадиционные меры повышения рождаемости и оценка вероятности их применения

Войку Иван Петрович, старший преподаватель;
Копытова Ольга Николаевна, кандидат экономических наук, доцент;
Смирнова Ирина Сергеевна, студент
Псковский государственный университет

Unconventional measures of fertility and their probabilities of application

Olga N. Kopytova, Ivan P. Voiku, Irina S. Smirnova
Pskov State University

Статья является результатом оценки наметившихся тенденций основных демографических процессов, анализа и систематизации мер государственной поддержки многодетных семей, эмпирического исследования факторов многодетности.

Ключевые слова: социальная поддержка, суммарный коэффициент рождаемости, прожиточный минимум, денежные выплаты, многодетная семья, состояние и значимость мер поддержки.

The article is the result of evaluation of the discernible trend of the main population processes, analysis and systematization of the measures of State support for large families, empirical study of the factors of having many children.

Keywords: social support, total fertility rate, living minimum wage, monetary payments, large family, state and significance of support measures.

Одной из главных составляющих естественного движения населения является рождаемость — массовый статистический процесс деторождения в совокупности людей, составляющих поколение или в совокупности поколений — население.

К основным показателям, характеризующим рождаемость как процесс, относятся: абсолютное число родившихся, частные и суммарный коэффициент рождаемости.

Последний, из перечисленных, показатель наиболее полно характеризует процесс рождаемости и показывает, сколько женщина в среднем рождает детей за свою жизнь. Псковская область в 1990 году занимала по уровню данного показателя 55 место (1,84) среди всех субъектов Российской Федерации (с отставанием от среднероссийского показателя на 0,05), в 2014 году, несмотря на сокращение показателя на 7,61 %, занимает 49 место (1,7) (с сохранением величины отставания от среднероссийского показателя) (рис. 1, 2).

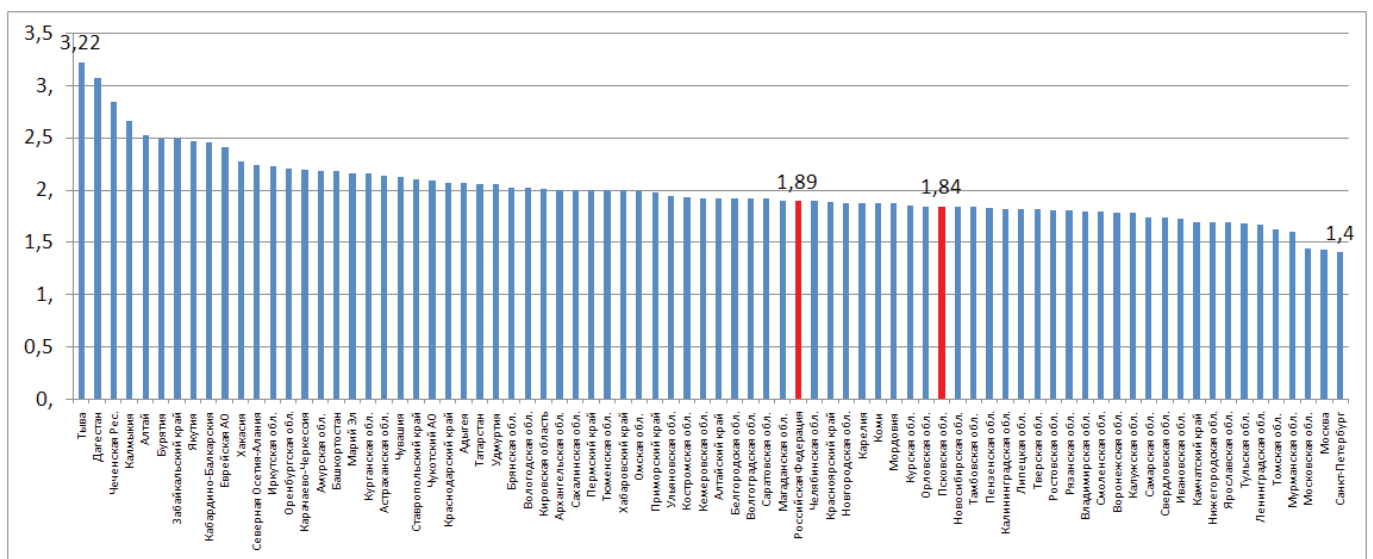


Рис. 1. Распределение регионов Российской Федерации по убыванию суммарного коэффициента рождаемости в 1990 г., число детей в расчете на 1 женщину

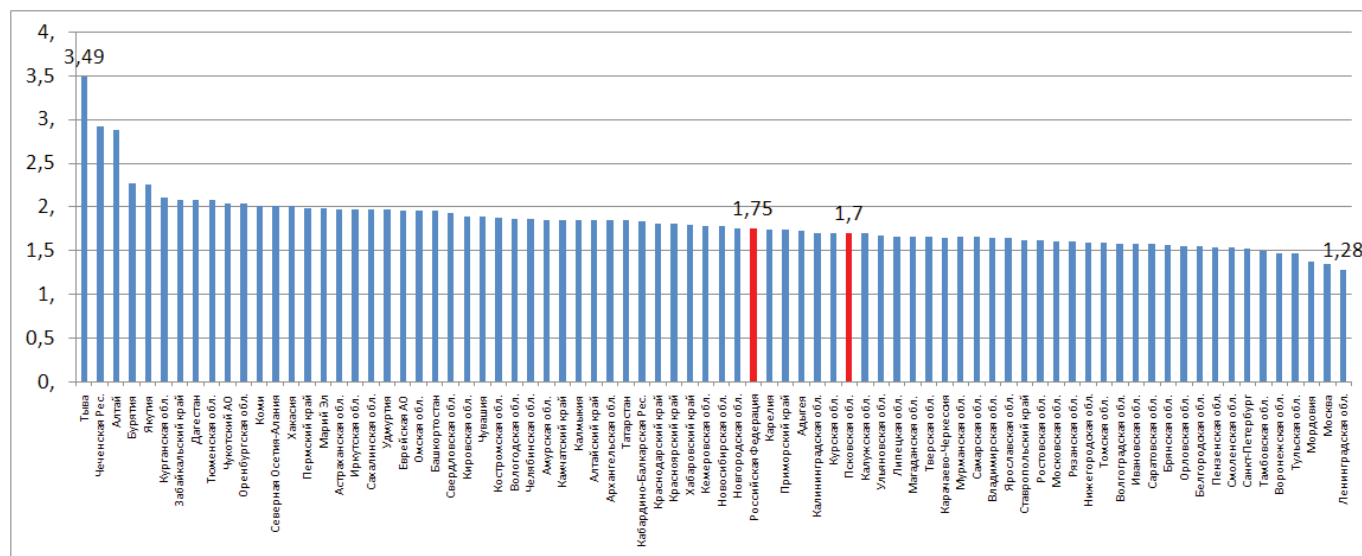


Рис. 2. Распределение регионов Российской Федерации по убыванию суммарного коэффициента рождаемости в 2014 г., число детей в расчете на 1 женщину

В период с 1990 по 2014 годы суммарный коэффициент рождаемости в Псковской области обладал неустойчивой динамикой (рис. 3). В 90-е годы он имел тенденцию к снижению и достиг своего минимума в 1999 году — 1,11. С 2000 года значения показателя начали расти, незначительно снизившись в 2004—2006 годах, и растут до сегодняшнего дня. Следует отметить, что суммарный коэффициент рождаемости в Псковской области на протяжении

1990—2004 годов превышал значения соответствующего показателя по СЗФО, но, как правило, был ниже его среднероссийского уровня. Увеличение рождаемости, которое наблюдается сегодня, связано с тем, что в репродуктивный возраст вошло поколение людей, родившихся в период активной демографической политики, проводившейся в СССР в конце 1980-х годов. Есть, конечно, и влияние современной демографической политики [11].

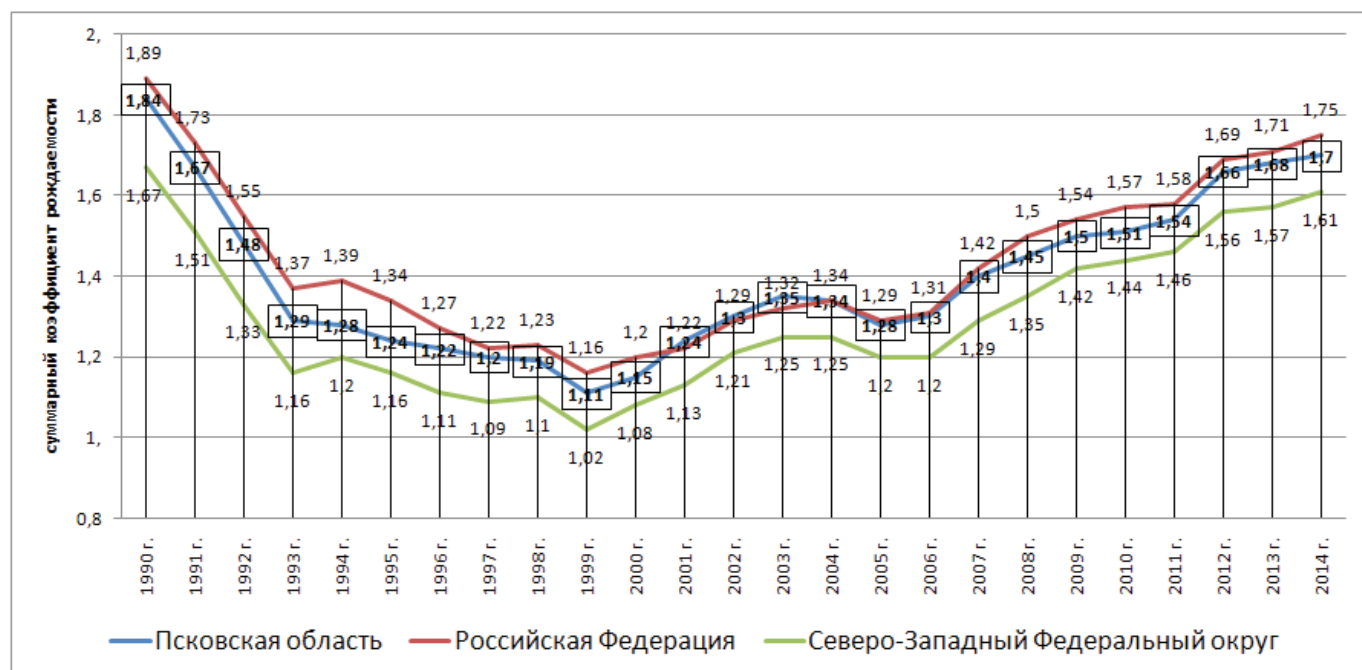


Рис. 3. Динамика суммарного коэффициента рождаемости в 1990–2014 гг., число детей в расчете на 1 женщину

Однако улучшение значений суммарного коэффициента рождаемости в Псковской области, как и в большинстве регионов Российской Федерации, не позволяет обеспечивать

простое воспроизводство населения. При сохранении текущего уровня рождаемости число родившихся к 2025 году составит менее 1 млн человек [12].

Проблемы воспроизводства населения, связанные с увеличением показателей рождаемости, по праву могут называться национальными угрозами. Решение этих проблем кроется не только в идентификации факторов, стимулирующих рост рождаемости, но и в разработке мер демографической политики, способных эти факторы актуализировать.

По мнению экспертного сообщества, меры по повышению рождаемости, которые сейчас осуществляются, носят в большей мере стимулирующий характер, они создают условия для рождения детей, в то время как необходимо создавать саму потребность в детях. Реализация только финансовых мер вряд ли сможет коренным образом улучшить демографическую ситуацию. Стимулировать рождаемость возможно лишь при применении комплексных мер: повышение престижа семьи, брака, увеличение потребности в нескольких детях [12].

Значимость фактора увеличения потребности в нескольких детях зависит от ценностных ориентаций (как раз из-за их отсутствия и наступил кризис института семьи).

Чем выше ценность нескольких детей в семье, тем больше количество планируемых детей. Согласно Второй концепции демографического перехода (Д. Каа и Р. Лестиг), чем выше ценность нескольких детей, тем меньше помех к их рождению видят в семье. Существует обратная связь между уровнем жизни и числом детей: чем выше уровень благосостояния, тем меньше количество детей в семье [12].

Попробуем выяснить:

- какие меры демографической политики, направленные на повышение рождаемости, используются в Российской Федерации и Псковской области;
- в чем заключается «нестандартный подход» решения проблем рождаемости некоторых зарубежных стран;
- какова популярность и вероятность внедрения в практику различных мер демографической политики, направленных на повышение рождаемости.

На сегодняшний день в Российской Федерации существует ряд мер, регулирующих рождаемость (таблица 1). Сюда же мы относим меры по социальной поддержке многодетных семей [8].

Таблица 1. Основные меры, регулирующие рождаемость, согласно федеральным нормативно-правовым документам

Мера	Описание
1. Государственная поддержка семей, имеющих детей, включая поддержку семьи в воспитании детей	Предоставление материнского (семейного) капитала; Оказание дополнительной поддержки неполным семьям с детьми и многодетным семьям с низкими доходами, семьям, принимающим на воспитание детей, оставшихся без попечения родителей, а также семьям, имеющим детей-инвалидов; Обеспечение потребности семей в услугах дошкольного образования на основе развития всех форм дошкольных образовательных организаций.
2. Укрепление института семьи, возрождение и сохранение духовно-нравственных традиций семейных отношений	Развитие системы консультативной и психологической поддержки семьи в целях создания благоприятного внутрисемейного климата, профилактики семейного неблагополучия, социальной реабилитации семей и детей, находящихся в трудной жизненной ситуации; Снижение числа преждевременного прерывания беременности (абортов); Повышение обязательств родителей по обеспечению надлежащего уровня жизни и развития ребенка.
3. Привлечению мигрантов в соответствии с потребностями демографического развития.	Содействие добровольному переселению соотечественников, проживающих за рубежом, на постоянное место жительства в Российскую Федерацию, а также стимулирование возвращения в Российскую Федерацию эмигрантов; Привлечение квалифицированных иностранных специалистов, в том числе выпускников российских образовательных организаций высшего образования, на постоянное место жительства в Российскую Федерацию.

В Псковской области также принят ряд нормативно-правовых документов, которые конкретизируют меры стимулирования рождаемости и реализации семейной политики [1,2,3,4,6,7] (таблица 2).

В соответствии с Законом Псковской области от 11 января 2005 года N 402-ОЗ «О социальной поддержке многодетных семей» [3] и Постановлением Администрации Псковской области от 17.06.2015 № 275 «О порядке предоставления мер социальной поддержки многодетным семьям» многодетным семьям предоставляются следующие меры социальной поддержки [6]:

- 1) ежемесячная денежная выплата в размере 370 рублей на каждого ребенка (за исключением детей, находящихся на полном государственном обеспечении);
- 2) ежемесячное пособие на оплату коммунальных услуг (плата за холодное и горячее водоснабжение, водоотведение, электроснабжение, газоснабжение (в том числе поставки бытового газа в баллонах), отопление (теплоснабжение), за исключением случаев использования твердого топлива при наличии печного отопления, в размере 30 процентов платы за коммунальные услуги;

Таблица 2. Основные меры, регулирующие рождаемость, согласно региональным нормативно-правовым документам

Мера	Описание
1. Совершенствование государственной поддержки материнства и детства	Укрепление материально-технической базы женских консультаций, гинекологических кабинетов, родильных домов; Развитие гибких форм занятости для женщин, имеющих детей, и организация профессионального обучения (переобучения) женщин, находящихся в отпуске по уходу за ребенком до достижения им возраста трех лет; Совершенствование системы дошкольного образования и повышение качества и доступности дошкольных образовательных услуг; Развитие системы медико-социальной подготовки семьи к беременности и родам.
2. Стимулирование рождения второго и третьего ребенка в семье	Сохранение установленных выплат; Осуществление социальных выплат на приобретение жилого помещения многодетным семьям, в которых одновременно родились трое и более детей; Развитие ипотечного кредитования многодетных семей;
3. Реализация семейной политики	Формирование у населения мотивации к семейным ценностям и ориентации на многодетные семьи; Развитие системы поддержки неполных семей с детьми, многодетных семей и семей, принимающих на воспитание детей, оставшихся без попечения родителей; Сокращение масштабов социального сиротства, развитие и совершенствование института замещающих семей; Сопровождение и поддержка семей усыновителей, опекунов, попечителей, приемных родителей и патронатных воспитателей; Развитие форм семейного отдыха; Популяризация здорового образа жизни среди молодежи как фактора сохранения репродуктивного здоровья молодого поколения; Формирование у молодежи мотивации создания полноценной семьи с детьми;
4. Обеспечение доступности учреждений дошкольного образования	Ликвидация очереди на зачисление детей в возрасте от трех до семи лет в дошкольные образовательные учреждения путем расширения форм и способов получения дошкольного образования; Развитие услуг по уходу за детьми разного возраста; Реализация долгосрочной программы по расширению сети дошкольных образовательных учреждений; Создание автономных образовательных учреждений.

- 3) первоочередной прием детей в дошкольные образовательные учреждения;
- 4) первоочередное вступление в жилищные, жилищно-строительные, садоводческие, огороднические и дачные некоммерческие объединения граждан (подпункт в редакции, введенной в действие с 19.10.15 Законом Псковской области от 06.10.2015 № 1576-ОЗ);
- 5) ежегодная денежная выплата на приобретение твердого топлива при наличии печного отопления в размере 1066 рублей;
- 6) компенсация за приобретение месячного проездного билета в размере 80 рублей для обучающихся общеобразовательных учреждений.

Также многодетным семьям, в которых одновременно родились трое и более детей, признанным в установленном Администрацией области порядке нуждающимися в улучшении жилищных условий, предоставляется дополнительная мера социальной поддержки в виде социальной выплаты на приобретение жилого помещения [3]. Кроме того, в целях улучшения демографической ситуации в ре-

гионе, повышения качества жизни семей после рождения третьего и последующего ребенка, с 2011 года на территории Псковской области установлена дополнительная мера поддержки в форме регионального материнского капитала в размере 100 000 рублей [1].

Однако с 1 января 2015 года в Закон области от 11.01.2005 № 402-ОЗ «О мерах социальной поддержки многодетных семей» [3] был введен критерий нуждаемости, в соответствии с которым право на социальную поддержку имеют многодетные семьи со среднедушевым доходом, размер которого не превышает величину прожиточного минимума, ежеквартально устанавливаемого в Псковской области. Более подробно данный вопрос освещен в другой нашей статье [5].

Зарубежная практика решения аналогичной проблемы накопила богатый опыт использования мер, стимулирующих рождаемость. Наиболее нетрадиционные меры (в понимании современного российского гражданина), имевшие место в отечественной практике и имеющиеся в зарубежной, представлены в таблице 3.

Таблица 3. Нетрадиционные меры повышения рождаемости

Мера	Описание	Практика использования
1. Секс-туры [13]	Дания	Туристические компании обещают в течение трёх лет обеспечивать поставки детских товаров и оплачивать праздничные мероприятия для тех пар, которые купили тур в этой фирме и доказали, что ребёнок был зачат во время путешествия.
2. Материнский социальный пакет	Сингапур, Финляндия	Социальный пакет (на сумму 140 евро), состоящий из различных товаров, крайне необходимых семье, в которой появился новорождённый ребёнок, предоставляется независимо от социального положения, занятости и достатка.
3. Скидки на ж/д перевозки	Франция	Чем больше в семье детей, тем дешевле обходится путешествие на железнодорожном транспорте — очень популярном у французов.
4. Льготное кредитование экстракорпорального оплодотворения 5. Получение новой профессии в период ухода за ребенком [14]	Беларусь	Льготное кредитования супружеских пар, страдающих бесплодием, для проведения экстракорпорального оплодотворения; Предоставление лицам, осуществляющим уход за ребенком в возрасте до трех лет, возможности получения новой профессии в период такого ухода [14].
6. Налог «На холостяков, одиноких и бездетных граждан».	Некоторые страны Латинской Америки, СССР, Румыния	6 процентов своей зарплаты отчисляли в казну государства мужчины в возрасте от 20 до 50 лет и бездетные замужние женщины от 20 до 45 лет. Были также и льготы для тех, кто не мог завести ребенка по состоянию здоровья, для тех, кто потерял всех своих детей во время войны, также льготы касались членов семей Героев Советского Союза, учащихся средних специальных и высших учебных заведений в возрасте до 25 -ти лет, не взимали пошлину у людей, чей доход составлял менее 70-ти рублей, меньшая ставка предусматривалась для тех, кто получал менее 91-го рубля в месяц. Если семья усыновляла ребенка, то налог отменяли, если умирал единственный ребенок, налог опять начисляли. В странах Латинской Америки используются различные ставки и системы льгот. В Румынии у бездетных семей налоговое бремя специально было увеличено ещё на 20 %.
7. Отключение света [15]	Южная Корея	Во всех учреждениях и офисах в 7 вечера в каждую третью среду месяца (в так называемый «День Семьи») отключают свет.
8. Робот-ребенок	Япония	Изобрели робота-ребенка, который ведет себя как настоящий новорожденный младенец. Он смеется от щекотки, писается, плачет, его можно успокоить погремушкой. Японцы надеются, что такой робот сможет вызвать родительские эмоции у молодых людей, сподвигнув, таким образом, к зачатию настоящего.
9. Налоговые послабления и небольшие дотации для семей с детьми 10. Усложнение процедуры разводов	Румыния	Для семей с детьми ввели небольшие налоговые послабления и небольшие дотации. Разводы стали чем-то немислимым.
11. Отсутствие пенсионного обеспечения	Китай	По мнению китайских демографов: пенсионное обеспечение — главное оружие уничтожения семейных ценностей, а, следовательно, и деторождения (с 2015 года в Китае отменена политика ограничения рождаемости!)

Мера	Описание	Практика использования
12. Запрет аборт	Румыния, Ангола, Афганистан, Бангладеш, Венесуэла, Гватемала, Гондурас, Египет, Индонезия, Ирак, Иран, Ирландия, Йемен, Колумбия, Ливан, Ливия, Мавритания, Мали, Непал, Никарагуа, ОАЭ, Оман, Парагвай, Папуа-Новой Гвинеи, Сальвадор, Сирия, Чили, Филиппины. Алжир, Аргентина, Боливия, Бразилия, Гана, Израиль, Кения, Коста-Рика, Марокко, Мексика, Нигерия, Пакистан, Перу, Польша, Уругвай. Англия, Индия, Исландия, Люксембург, Финляндия и Япония.	В одних странах аборты запрещены полностью, даже если зачатие произошло в результате изнасилования. В других странах аборты запрещены по желанию женщины, однако их производят по медицинским показаниям, то есть, при наличии угрозы жизни матери. В третьих — по социально-экономическим или медицинским показаниям.
13. Коммерческое суррогатное материнство	Индия, ЮАР, большинство штатов США [16]	Вспомогательная репродуктивная технология, при применении которой в зачатии и рождении ребёнка участвуют три человека: генетический отец, генетическая мать и суррогатная мать.
14. Вспомогательные репродуктивные технологии	Бельгия, Великобритания, Венгрия, Дания, Исландия, Нидерланды, Норвегия, Словения, Финляндия, Франция, Хорватия, Швейцария, Швеция	Вспомогательные репродуктивные технологии (методы преодоления бесплодия, в которых отдельные или все этапы зачатия и раннего развития эмбрионов осуществляются вне организма).
15. Снижение минимально допустимого возраста вступления в брак	Азиатские страны	Ранние браки, разрешенные в некоторых азиатских странах, увеличивают продолжительность брака, уменьшают вероятность развода, а, следовательно, повышают рождаемость. Чем раньше рождается первенец, тем больше детей в семье.
16. Многоженство	Азиатские страны	Незамужние женщины снижают показатели рождаемости на 5–7%. В большинстве азиатских стран рождение ребенка вне брака — серьезное преступление.
17. Запрет гомосексуальных отношений	Азиатские страны	Сохранение традиционных семейных ценностей укрепляет институт брака, а, следовательно, повышает рождаемость. В большинстве азиатских стран гомосексуальные отношения — серьезное преступление.
18. Пропаганда семьи и семейных ценностей	США	Сериалы, фильмы, ролики, пропагандирующие большую семью, — на экранах американского телевидения с момента его (телевидения) появления. В американском обществе выработался стереотип — нормальная семья — многодетная семья. Практически невозможно претендовать на высокооплачиваемую руководящую должность, если у Вас нет или мало детей.
19. Запрет центров планирования семьи	Азиатские страны	Сохранение традиционных семейных ценностей укрепляет институт брака, а, следовательно, повышает рождаемость.
20. Снижение пенсионного возраста	Чехия	В Чехии к льготам относится снижение пенсионного возраста для матерей: каждый рожденный ребенок уменьшает на год возраст ее выхода на пенсию.
21. Наказания за оскорбления материнства	Некоторые Азиатские страны	Материнство в некоторых Азиатских странах охраняется больше, чем что-либо иное. Таким образом, поддерживается высокий статус матери.

В ходе выполнения научно-исследовательской работы был проведен анкетный опрос, цель которого состояла в выявлении отношения родителей (малодетных и многодетных), а также будущих родителей к возможности внедрения «нестандарных мер» повышения рождаемости в отечественную практику.

В анкетировании приняли участие 57 человек: 28 студентов Псковского государственного университета (заочная

форма обучения), 29 родителей (в том числе 9 многодетных). Анкетирование проводилось как очно, так и с использованием социальных сетей.

На первый вопрос «Оцените меры демографической политики в порядке убывания значимости в решении вопроса повышения рождаемости (от 1 (наименее значимая мера) до 10 (наиболее значимая мера)» получены следующие ответы (рис. 4).

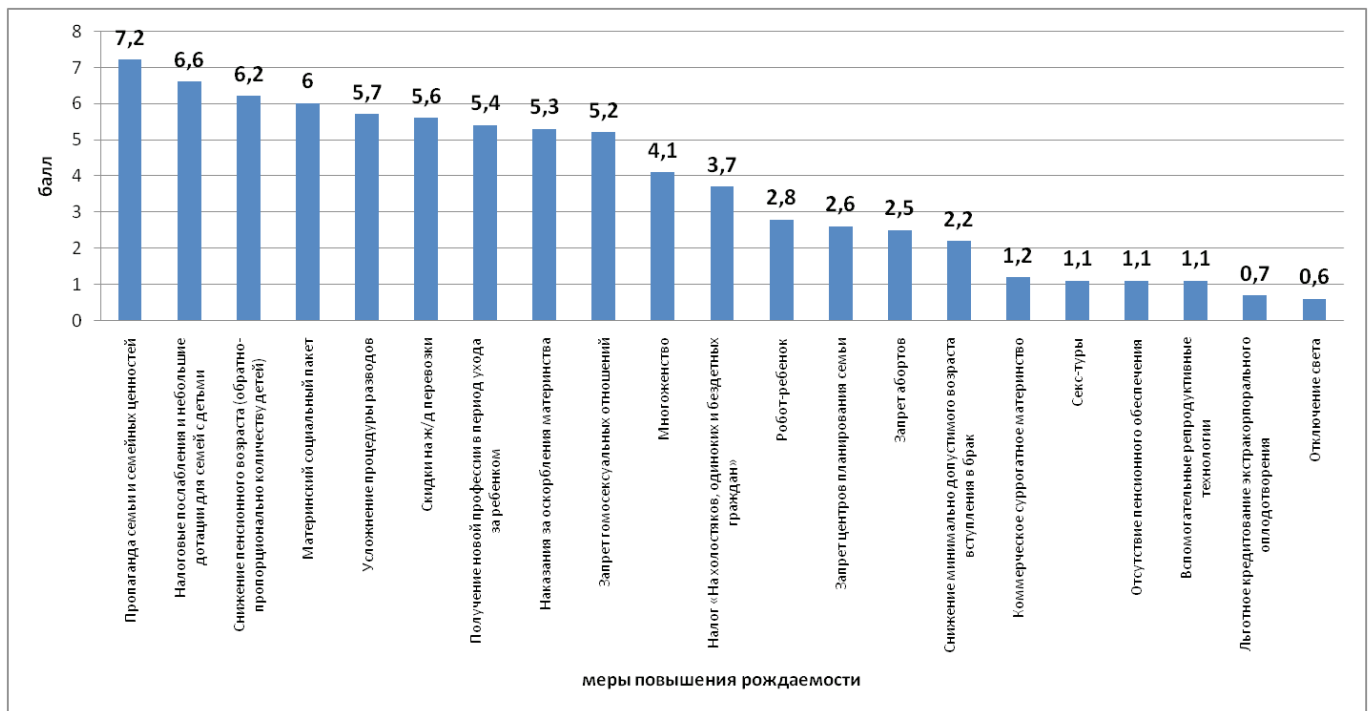


Рис. 4. Результаты оценки мер демографической политики (в порядке убывания значимости в решении вопроса повышения рождаемости)

К наиболее действенным мерам повышения рождаемости опрошенные отнесли пропаганду семьи и семейных ценностей, налоговые послабления и дотации (в зависимости от количества детей), снижение пенсионного возраста (обратно пропорционально количеству детей), материнский социальный пакет и усложнение процедуры развода. К наименее действенным — секс-туры, отсутствие пенсионного обеспечения, вспомогательные репродуктивные технологии и их льготное кредитование, отсутствие света.

Вызывает интерес тот факт, что оценки, поставленные многодетными родителями несколько отличаются от усредненных (рис. 5).

К наиболее действенным мерам повышения рождаемости опрошенные также отнесли пропаганду семьи и семейных ценностей, налоговые послабления и дотации (в зависимости от количества детей), снижение пенсионного возраста (обратно пропорционально количеству детей). Кроме того, в данную группу анкетированные отнесли наказания за оскорбления материнства, налоги на бездетности и запрет абортов. К наименее действенным — секс-туры, вспомогательные репродуктивные технологии, отсутствие

света, а также суррогатное материнство и использование роботов-детей.

На следующий запрос «Оцените меры демографической политики в порядке убывания вероятности их практического использования (от 1 (наименее вероятно) до 10 (наиболее вероятно)» получены следующие результаты (рис. 6).

Наиболее вероятно практическое использование в нашей стране, по мнению опрошенных, отсутствие пенсионного обеспечения, отключение света, запрет гомосексуальных отношений, коммерческое суррогатное материнство и налоговые послабления. Т. е. те меры, которые не требуют особых финансовых затрат со стороны государства.

Наименее вероятно внедрение в практику демографической политики использование роботов-детей, секс-туров, вспомогательных репродуктивных технологий, снижение минимального возраста вступления в брак и пенсионного возраста (обратно-пропорционально количеству детей).

Оценки, поставленные по данному запросу многодетными родителями, в целом совпадают со средними результатами по всем опрошенным.

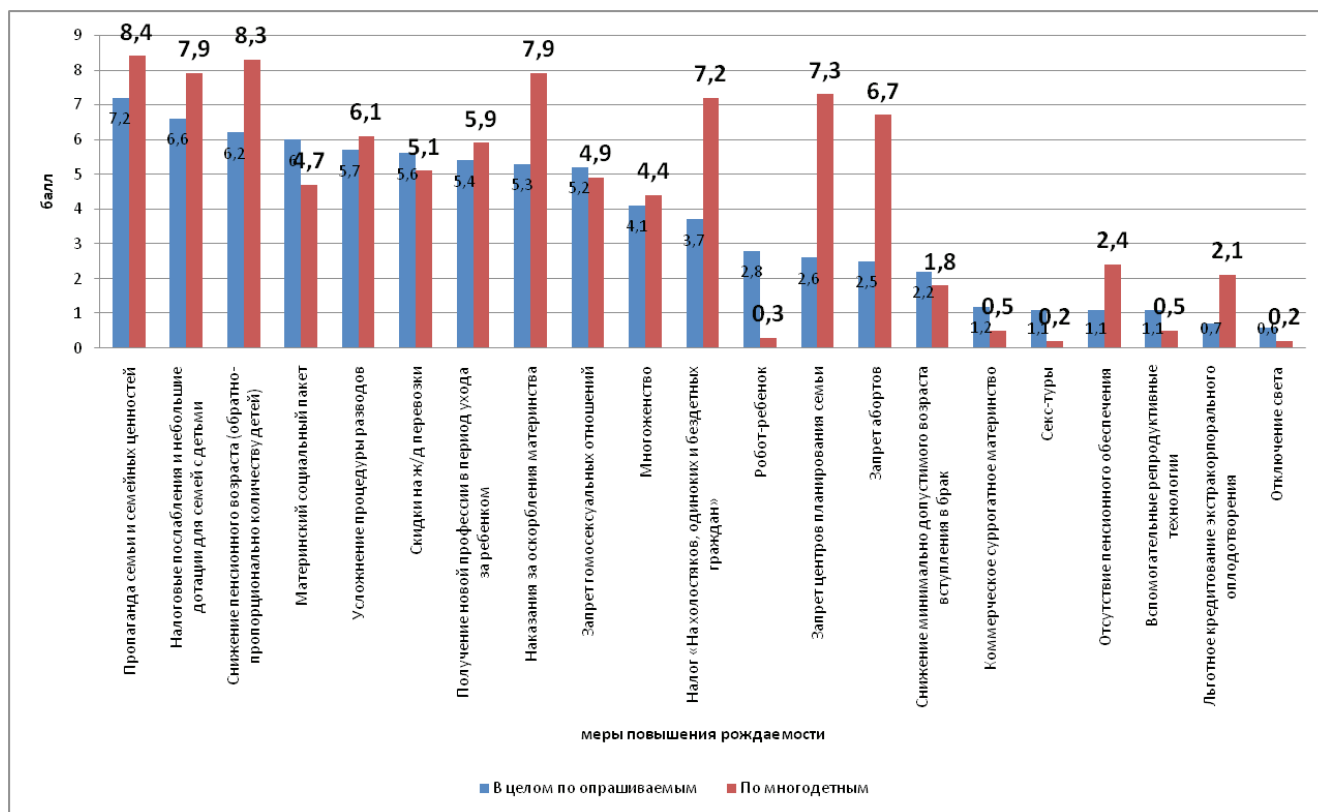


Рис. 5. Результаты оценки мер демографической политики (в порядке убывания значимости в решении вопроса повышения рождаемости) многодетными родителями и усредненно

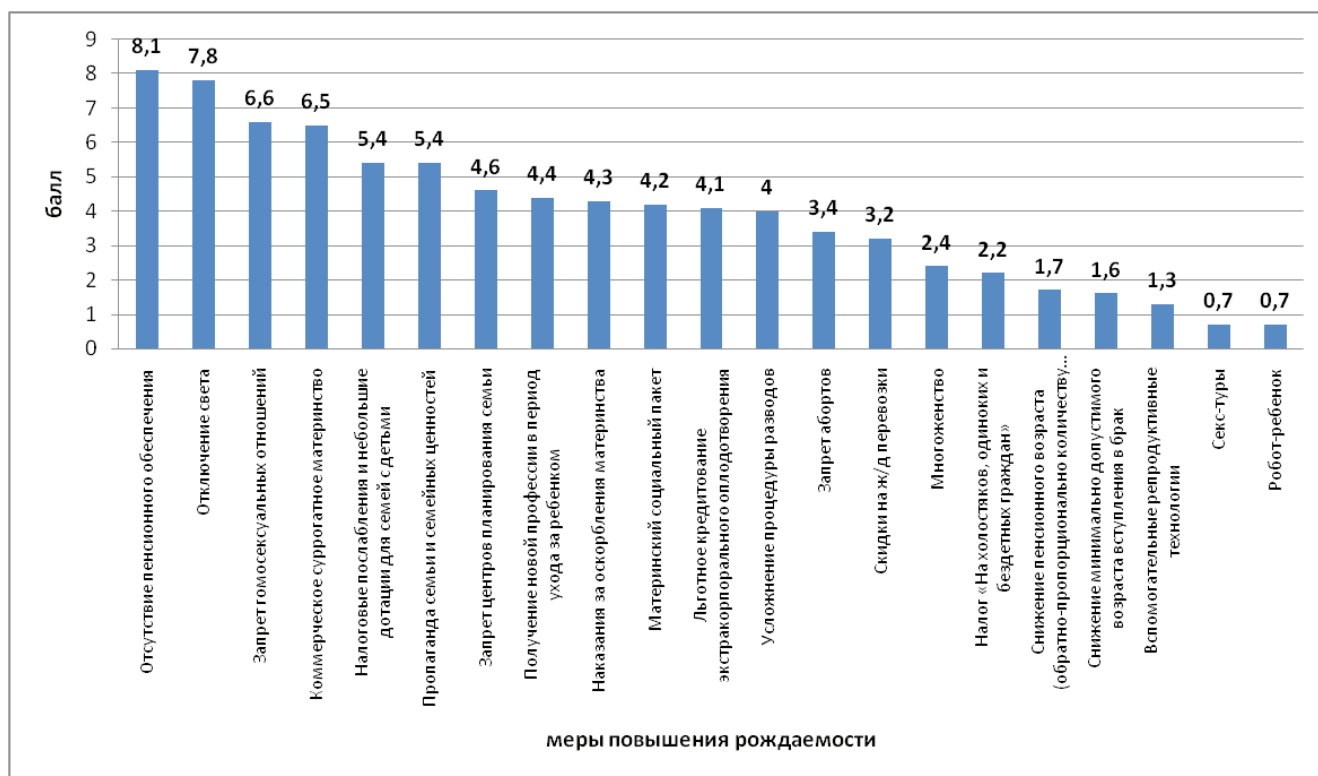


Рис. 6. Результаты оценки мер демографической политики в порядке убывания вероятности их практического использования

Очевидно, что представления о результативности рассмотренных мер повышения рождаемости, по мнению опрошенных, во многом не совпадают с представлениями о веро-

ятности их внедрения в практику демографической политики Российской Федерации. Полученные результаты нельзя считать окончательными, однако они наглядно демонстрируют:

- противоречия в оценках между большинством и теми, кто реально сталкивается с проблемами;
- стереотипность оценок, так как каждая из рассматриваемых мер в той или иной степени доказала свою эффективность там, где используется.

Нельзя забывать также о состоянии здравоохранения в рассматриваемой нами сфере. Для женщины этот фактор становится основополагающим, когда она принимает решение о рождении детей. Смогут ли ей оказать квалифицированную медицинскую помощь, во время беременности, родов, смогут ли при необходимости помочь ребенку? Это лишь немногие вопросы, которые задает себе будущая мать. Если женщина не будет уверена в качестве оказываемой ей медицинской помощи, меры по стимулированию рождаемости не будут иметь должного эффекта.

Мы проанализировали основные показатели, характеризующие данную сферу, и можем сделать следующие выводы. По официальным данным Росстата [9,10], в Псковской области сокращается число акушерок, в период с 2010

по 2014 годы оно снизилось на 18 % (42 человека). Численность акушеров-гинекологов в исследуемом периоде имела неустойчивую динамику, однако, по последним данным, она также имеет тенденцию к снижению (рис. 7).

В целом за исследуемый период сократились показатели медицинской помощи женщинам и детям: число коек для беременных, рожениц и родильниц — на 28 ед.; число женских консультаций, детских поликлиник и амбулаторий — на 48 ед.; число фельдшерско-акушерских пунктов — на 1 ед. (рис.8).

Сохраняется заболеваемость женщин по причине осложнения беременности, родов и послеродового периода, на 1000 человек населения в исследуемом периоде приходилось 11–12 заболевших (рис. 9).

Показатель младенческой смертности остается достаточно высоким. В течение всего исследуемого периода он превышал уровень соответствующего показателя по Северо-западному федеральному округу, а в 2012 году — еще и общероссийский уровень (рис.10).

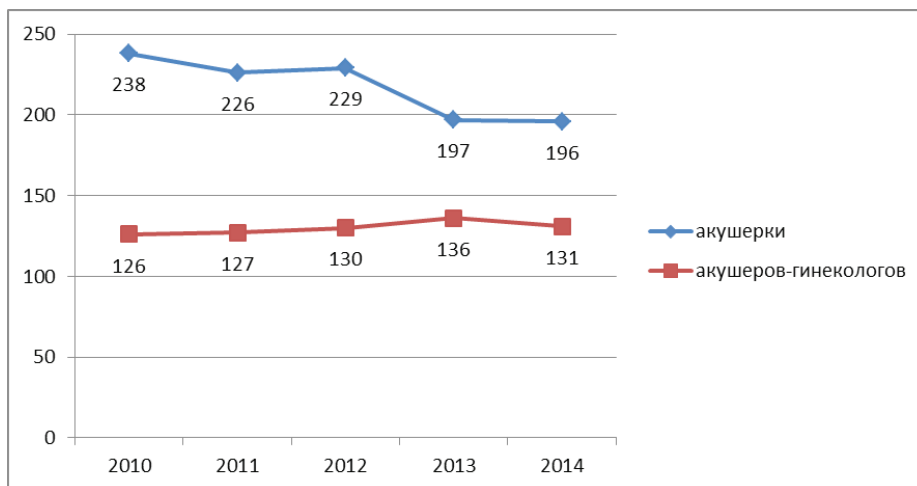


Рис. 7. Численность среднего медицинского персонала (акушерок) и врачей (акушеров-гинекологов) в Псковской области в динамике за 2010–2014 годы, чел.

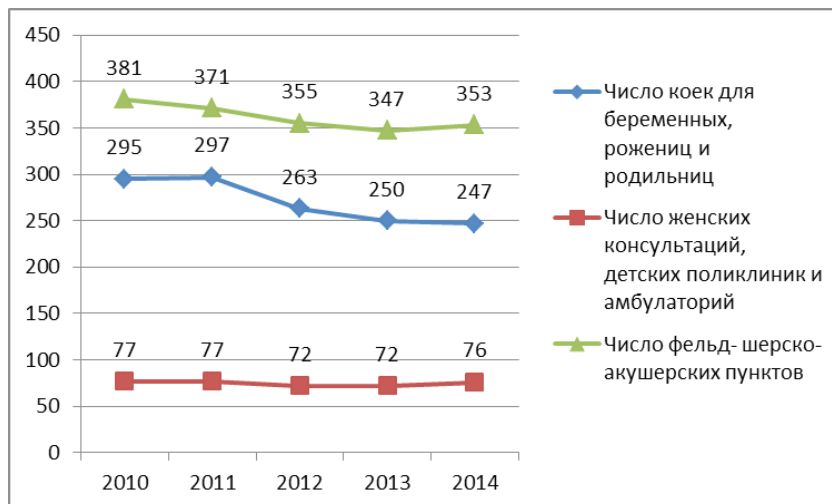


Рис. 8. Показатели медицинской помощи женщинам и детям в Псковской области в динамике за 2010–2014 годы

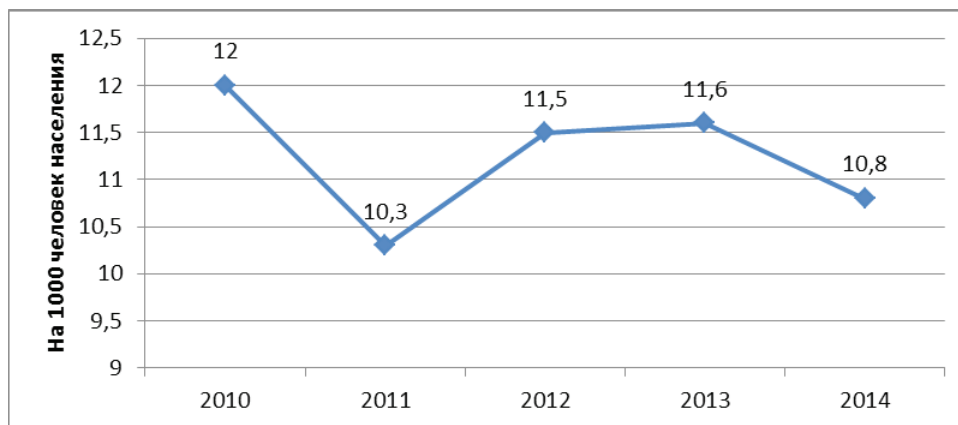


Рис. 9. Заболеваемость женщин по причине осложнения беременности, родов и послеродового периода, на 1000 человек населения. Рассчитано автором на основе данных [9]

Уровень материнской смертности по данным за 2014 год значительно превышает не только показатель по округу, но и в целом по РФ (рис.11).

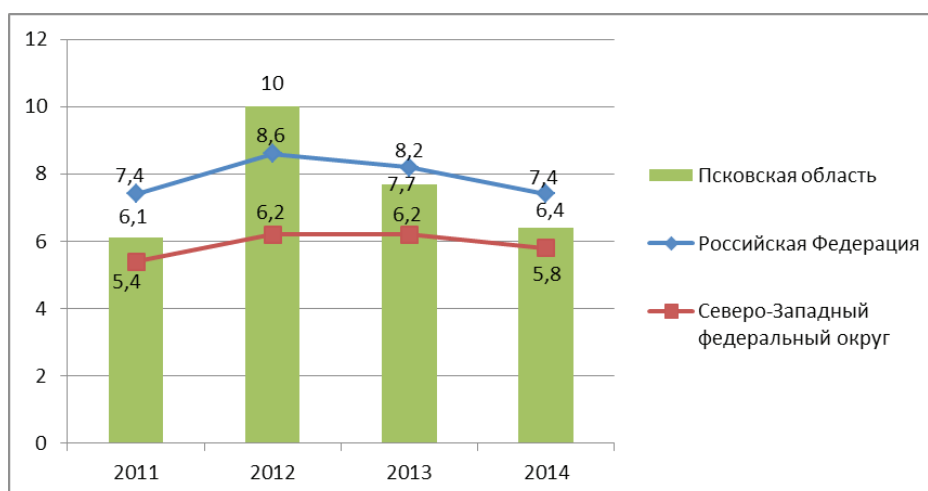


Рис. 10. Число умерших в возрасте до одного года на 1000 родившихся живыми в Псковской области в период с 2011 по 2014 годы

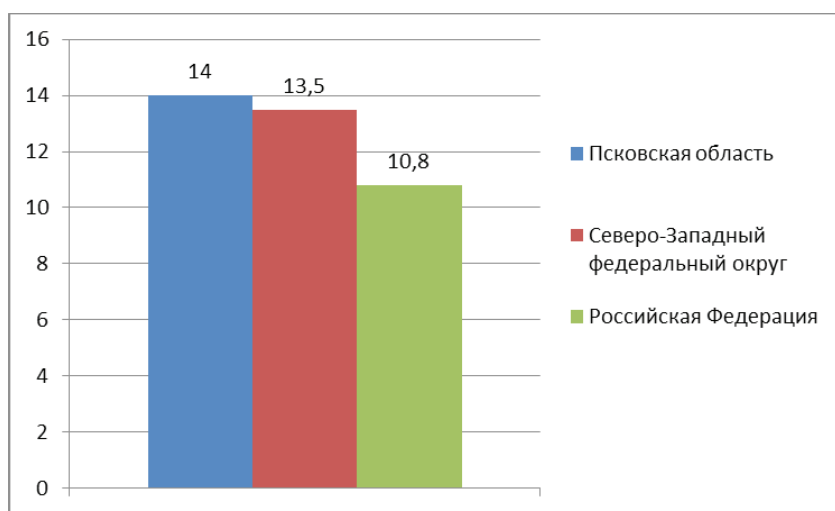


Рис. 11. Смертность женщин от осложнений беременности, родов и послеродового периода (материнская смертность) в Псковской области в 2014 году, число умерших от указанной причины смерти на 100000 родившихся живыми

Полученный результат показывает, что единственного, стандартного подхода к повышению рождаемости не существует. Необходим комплекс, состоящий из традиционных и проверенных временем мер, а также из новых, не получивших широкого распространения в отечественной практике, а, следовательно, непопулярных мер повышения рождаемости.

В ходе дальнейшей научно-исследовательской работы мы планируем провести более глубокий и детальный анализ всей совокупности факторов, предопределяющих активность воспроизводственных процессов в населении.

Литература:

1. Закон Псковской области от 6 апреля 2011 года N 1060-ОЗ «О региональном материнском капитале (с изменениями на 11 декабря 2014 года).
2. Закон Псковской области от 11 июля 2011 года N 1087-ОЗ «О предоставлении гражданам, имеющим трех и более детей, земельных участков на территории Псковской области» (с изменениями на 07 июля 2015 года).
3. Закон Псковской области от 11 января 2005 года N 402-ОЗ «О социальной поддержке многодетных семей» (с изменениями на 11 декабря 2014 года).
4. Закон Псковской области от 9 ноября 2012 года N 1219-ОЗ «О ежемесячной денежной выплате на третьего ребенка или последующих детей» (с изменениями на 14 октября 2014 года).
5. Копытова О. Н., Войку И. П., Смирнова Г. В. Социальная поддержка многодетных семей в Псковской области // Журнал «Молодой ученый» — 2015 — № 19. — С. 386–396.
6. Постановление Администрации Псковской области от 17.06.2015 № 275 «О порядке предоставления мер социальной поддержки многодетным семьям».
7. Постановление Администрации Псковской области от 28 декабря 2007 года № 463 «Об утверждении Положения о порядке предоставления детям из малоимущих семей меры социальной поддержки в виде возмещения 70 процентов родительской платы за питание обучающихся в муниципальных общеобразовательных учреждениях» (с изменениями на 21 января 2010 года).
8. Указ Президента РФ от 5 мая 1992 г. № 431 «О мерах по социальной поддержке многодетных семей» (с изменениями на 25 февраля 2003 года).
9. Официальный сайт Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Псковской области. URL: <http://pskovstat.gks>.
10. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. URL: <http://www.gks.ru>.
11. Демографическая доктрина (проект) / Режим доступа <http://akpravov.ru/node/106>
12. Меры по повышению рождаемости / Информационно-аналитические материалы Государственной Думы. Режим доступа: <http://iam.duma.gov.ru/node/8/4898/19703>
13. Датчан отправляют в секс-туры для повышения рождаемости http://www.zarubejom.ru/daniya_sex_tury_dlya_povysheniya_rozhdaemosti
14. Чернорук С. В., Клещёва С. А., Германович Н. Е. Роль государственной финансовой поддержки семей с детьми в стимулировании рождаемости (на примере Беларуси, России и Украины) // Молодой ученый. — 2013. — № 4. — С. 315–320.
15. За слоган, повышающий рождаемость, заплатят миллион http://www.trud.ru/article/17-03-2010/238286_zh_slogan_povyshajuschij_rozhdaemost_zaplatjat_million.html
16. МИЛОСЕРДИЕ.RU <https://www.miloserdie.ru/article/surrogatnoe-materinstvo-mamy-na-prodazhu/>

Сравнительный анализ коучинга и наставничества персонала организации, их характеристики

Воробьева Екатерина Викторовна, студент;
 Разуменко Виолетта Андреевна, студент;
 Семенова Нина Константиновна, кандидат технических наук, доцент
 Дальневосточный федеральный университет

Эта статья нацелена на преодоление сложившегося неверного мнения о методах работы с персоналом: наставничестве и коучинге. В результате анализа мы пришли к выводу, что данные методы имеют ряд существенных различий. В статье представлены отличительные черты указанных методов, что позволит менеджерам легко отличать коучинг от наставничества и правильно применять их в нужной ситуации.

Ключевые слова: коучинг, наставничество, коучер, наставник

Синтенсивным развитием бизнес-среды организациям необходимо уметь быстро подстраиваться под ее изменения. При чем важно не только идти в ногу с технологическим прогрессом, но и иметь высококвалифицированный персонал. В настоящее время для повышения уровня знаний персонала используют различные виды обучения, коучинг и наставничество не исключение. Поэтому рассмотрение данной темы является актуальным на данный момент. К сожалению, часто можно встретиться с тем, что люди неправильно трактуют данные понятия. Некоторые даже путают их.

«Наставничество — процесс передачи опыта и знаний от старших к младшим членам общества; форма взаимоотношений между учителем и учеником» [3]. Наставничество берет свое начало еще в первобытном обществе, где проводился обряд инициации — имя наречения. Для того, чтобы молодые люди могли провести этот обряд, к ним прикреплялись специальные наставники, которые обучали молодых людей ритуальным умениям. Долгое время наставничество понималось в форме профессионального обучения или подмастерья (мастер-ученик). В российской практике наставничество стало развиваться в конце 50-х гг. XX в., оно понималось как опека молодых рабочих более опытными ра-

ботниками. При этом наставник должен был не только обучить молодого сотрудника навыкам их профессии, но и сформировать политические и нравственные взгляды.

«Коучинг — целенаправленный процесс развития потенциала сотрудников, способствующий как максимизации их производительности, так и успешной деятельности компании» [6]. Само слово «коучинг» происходит из спортивной лексики английского языка, где оно было связано с тренерством. В конце XIX века английские студенты подразумевали под коучингом репетиторство. И только в начале 90-х гг. XX в. коучинг начали применять в сфере бизнес-достижений и менеджмента.

Из данных определений разница между наставничеством и коучингом не так понятна, потому что, как методы профессионального обучения, они достаточно близки. Поэтому эти понятия нередко путают, однако, наставник — это более опытный специалист, чем обучаемый, а коучер (коучинг-тренер) может не являться специалистом в области решения поставленной задачи, но он помогает клиенту понять, каких навыков и умений ему не хватает для достижения цели. Можно выделить ряд отличий наставничества и коучинга (см. таблицу 1).

Таблица 1. Сравнение наставничества и коучинга

Вид обучения / критерии сравнения	Наставничество	Коучинг
Ситуация применения	Применяется в период адаптации молодых сотрудников.	Применяется, когда компания испытывает «кризис зрелости». Практически не используется для молодых сотрудников.
Информационное наполнение	Охватывает широкий круг проблем и является более общим процессом.	Относится к определенному умению или сфере деятельности.
Объективно-субъективные отношения	Наставник — профессионал своего дела, который дает советы и рекомендации более молодым сотрудникам.	Коучер, чаще всего, работает с первыми лицами организации, не углубляясь в ее структуру. Он является независимым специалистом.
Путь к достижению цели	Наставник заранее знает, как решить поставленную задачу и достигнуть цели, и рассказывает об этом обучаемому. «Существуют следующие способы решения»	Коучер направляет работника к достижению цели, показывает ему его потенциал и возможности. Сам коучер может не знать пути решения. «Что для Вас будет решением в данной ситуации?»
Взаимоотношения с обучаемым	Наставник должен поддерживать доверительные и дружеские отношения с учеником.	Поддерживаются рабочие отношения. Коучер может высказывать недовольство, иногда в грубой форме.

Проведя сравнение наставничества и коучинга можно сделать вывод, что они в значительной мере отличаются друг от друга. Оба этих метода являются результативными, и их использование может повысить эффективность работы организации.

Теперь рассмотрим каждый метод отдельно, изучим плюсы и минусы, а также технологии повышения эффективности используемых методов.

В настоящее время наставничество в организациях приобретает новые черты и продвигается в новые сферы. Наставники в главной мере основываются на улучшении имеющихся знаний и профессиональных умений. По-другому говоря, учат тому, что сами умеют.

Для чего нужно наставничество:

1. для поддержания и стимулирования обучения сотрудников;

2. для передачи знаний, норм и традиций, существующих в организации и накопленных наставником;

3. для раскрытия потенциала ученика-практиканта.

Основным преимуществом наставничества является то, что процесс обучения более индивидуализирован, а также возможно обучение прямо на рабочем месте.

Наставничество бывает коллективным (несколько наставников на группу сотрудников или одного сотрудника), групповым (один наставник на группу сотрудников) и персональным (один наставник на одного сотрудника). Чаще всего можно встретить персональное наставничество, которое является более результативным.

Задача наставника — провести ученика через этапы развития (см. рис. 1).

Существуют некоторые правила наставничества, соблюдение которых поможет повысить уровень эффективности обучения:

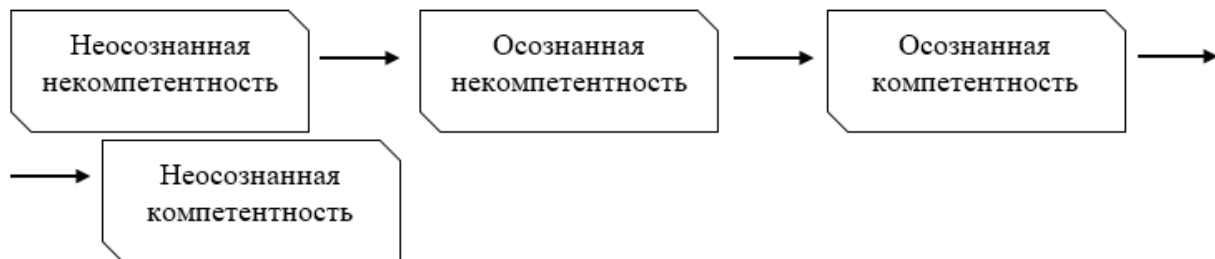


Рис. 1. Этапы развития сотрудника

1. При работе наставника и ученика должна поддерживаться доверительная атмосфера.

2. Обучение проходит эффективнее, если у каждого обучающегося свой наставник.

3. Наставник должен правильно мотивировать сотрудника, показать ему, что саморазвитие и самосовершенствование очень эффективны, научить извлекать полезный опыт из собственных ошибок и ошибок других.

4. Ученик должен научиться использовать все возможные ресурсы для развития и роста навыков и умений.

5. Должна существовать система поддержки и поощрения.

Существует множество моделей обучения в наставничестве. Основной из них является модель «Расскажи — Покажи — Сделай».

Расскажи: ученик получает от наставника задание, расписанное по шагам. Для больших заданий может проводиться несколько сессий. Наставник следит за тем, усвоил ли работник информацию, задавая ему вопросы. Работнику необходимо пересказать суть задания.

Покажи: наставник на практике показывает, как необходимо выполнять задание, описывая по ходу свои действия. Наставник спрашивает у сотрудника, все ли ему понятно.

Сделай: работник выполняет задание самостоятельно. Если наставнику не нравится, как работник выполняет задание, он может попросить переделать какой-либо

шаг. В конце работы наставник и сотрудник договариваются, по каким критериям будет оцениваться проделанная работа.

Наставничество в организации выполняет следующие функции:

1. Повышение уровня подготовки новых и опытных сотрудников, основываясь на стандартах и нормах, существующих в организации.

2. Формирование у новых сотрудников лояльности к организации и положительного отношения к труду.

3. Быстрое привыкание к организационной культуре фирмы, ее нормам и правилам.

4. Расширение обязанностей наставника, тем самым предоставляя ему возможность карьерного роста.

5. Уменьшение текучести кадров за счет проявления большого внимания к новому сотруднику.

6. Профилактика эмоционального «выгорания» у опытных работников за счет осуществления функций наставника.

7. Повышение сплоченности коллектива за счет общения молодых и опытных сотрудников.

8. Увеличение производительности труда наставников, они работают лучше, потому что на них смотрят и равняются ученики.

Таким образом, можно сделать вывод, что любой фирме выгодно использовать наставничество. Оно поможет ком-

пани достигнуть разнообразных целей, которые важны с практической стороны.

Теперь поговорим о коучинге. Коучинг в настоящее время получил широкое признание среди известных и успешных представителей деловых кругов, бизнесменов, менеджеров и т. д. Это связано, прежде всего, с тем, что люди хотят получить максимально возможный положительный результат, а коучинг как раз помогает достигнуть этой цели.

Каковы же задачи коучинга?

1. Помогает клиенту расширить кругозор, посмотреть на проблему более полно;

2. Помогать клиенту решить задачу собственными руками;

3. У клиента вырабатываются навыки, которые позволяют решить ему аналогичную проблему самостоятельно.

Американский коучер, автор книг по повышению личной и профессиональной эффективности Тимоти Голви предложил «формулу эффективности», которая показывает, как складывается эффективность работы коучера:

Эффективность = потенциал — препятствие.

Т. е. для достижения поставленных целей мы должны сделать следующее:

1. Добиться максимизации личного потенциала, т. е. обнаружить в себе лучшие качества и уметь эффективно применять их, по мере надобности увеличивая количество навыков.

2. Свести к нулю препятствия, как внутренние (стереотипы, страхи, фобии и прочее), так и внешние (неблагоприятная среда, конфликты в коллективе и прочее).

Именно на этом строится работа коучера.

Огромную роль в эффективности коучинга играет коучер. Так называемый основатель коучинга Томас Леонард выделял три составляющих полезности коучера:

1. Навыки и умения коучера, как в жизни в целом, так и в какой-то конкретной области. Т. е. он должен иметь большие знания о сфере, в которой предлагает коучинг, будь это управление персоналом, развитие карьеры, адаптация людей после развода и многое другое. При чем важна

не столько теоретическая, сколько практическая подготовка по данному вопросу.

2. Навыки коучера в самом коучинге. Если у вас есть профессиональные знания и умения, то вы можете быть консультантом. А чтобы быть коучем, у вас должны присутствовать навыки, которые помогут клиенту быстро достигнуть поставленной цели сначала с вашей помощью, а затем самостоятельно.

3. Личностные качества коучера. Если сам коуч является живым примером того, чем учит — он принесет пользу. К важным качествам коучера относят: терпеливость, непредвзятое отношение, оказание поддержки, проявление интереса, умение слушать, понимание, внимание.

К коучерам обращаются различные клиенты с различными проблемами, следовательно, требуются различные стратегии проведения коучинга. Самая известная модель — «кто — что — как»:

— «Кто»: клиент, его цели, потребности, сильные и слабые стороны, навыки, страхи и т. п.

— «Что»: цели клиента, задачи, мечты, то, от чего не могу отказаться и т. п.

— «Как»: как этого достичь, способы, стратегии, методы, навыки, технологии и т. п.

Еще одна модель — «фокус — сотрудничество — наблюдение». Ее используют при работе с уже успешными клиентами. «Фокус»: коуч и клиент фокусируют внимания на какой-то теме или проблеме. «Сотрудничество»: совместно изучают эту тему или проблему в теории и практике. «Наблюдение»: внимательное изучение того, что происходит. Если в конце не удалось достигнуть желаемого результата, то для коучера и клиента это просто выход на новый уровень. Главное — продолжать изучать, действовать и наблюдать.

Мы кратко, но достаточно информативно изложили необходимую информацию о коучинге и наставничестве. Безусловно, эти два метода отличаются друг от друга, но их объединяет то, что они подчеркивают принцип осознания ответственности и веры в себя. Эти принципы составляют суть человеческого развития и эффективности работы организации.

Литература:

1. Banerjee-Batist R., Reio T. G. Attachment and mentoring: Relations with junior faculty's organizational commitment and intent to turnover. *Journal of Management Development*, 35 (3), April 2016.
2. Jones R. J., Woods S. A., Guillaume Y. R. F. The effectiveness of workplace coaching: A meta-analysis of learning and performance outcomes from coaching. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*. Volume 89, Issue 2, pages 249–277, June 2016.
3. Бим-Бад Б. М. Педагогический энциклопедический словарь. — М., 2002. С. 162.
4. Дауни М. Эффективный коучинг. Уроки тренера коучей. — М.: Добрая воля, — 2005. — 288 с.
5. Дж. Уитмор. Коучинг высокой эффективности. / Пер. с англ. — М.: Международная академия корпоративного управления и бизнеса, 2005. — С. 168.
6. Словарь бизнес-терминов. Академик.ру. 2001.

Выбор оптимальной бизнес-модели для производственного предприятия

Гаранина Валерия Андреевна, магистрант

Научный руководитель: Бородавкина Наталья Юрьевна, кандидат экономических наук, доцент
Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта

В статье рассмотрены существующие концепции бизнес-моделей, а также бизнес-модели, применяемые в разных сферах деятельности, которые были разработаны зарубежными учеными. На основе анализа рассмотренных концепций выбрана наиболее подходящая бизнес-модель развития российских производственных предприятий, использование которой может повысить эффективность их функционирования в современных условиях.

Ключевые слова: бизнес-модель, производственные предприятия, А. Остервальдер, Чесбрух и Розенблум

Современным производственным предприятиям России всегда нужно совершенствование, потому что большая их часть развивается недостаточно. Исходя из маркетинговых исследований производственных предприятий России, можно сделать вывод, что это происходит по разным причинам, среди которых можно выделить недостаточный уровень качества производимой продукции, из-за низкой инновационной активности и, следовательно, низкую конкурентоспособность на международных рынках.

Представляется, что российские производственные предприятия, находящиеся в поиске методов создания конкурентных преимуществ, зачастую пытаются найти свою собственную модель, которая повысит эффективность и конкурентоспособность их функционирования.

Цель проведенного исследования — провести анализ современных методик бизнес-моделирования и выявить

наиболее подходящую для производственной сферы деятельности.

Прежде, чем провести дальнейшее обсуждение, необходимо определить термин «бизнес-модель». В одной из последних работ Александра Остервальдера, преданного бизнес-моделям, он попытался дать определение, которое является самым полным описанием этого термина. Согласно его мнению, бизнес-модель описывает, как компания создает, доставляет и реализовывает ценность.

Иностранные ученые и практики разработали и применяют ряд бизнес-моделей, множество которых используется также в России, но обычно в сфере продаж и обслуживания. Так, например, Марк Джонсон в своей книге «Seizing the White Space» [3] развивает идеи Кристенсена, составив список аналогий (таблица 1).

Таблица 1. Список аналогий

Аналогия	Как это работает	Пример
Эксклюзивный куб	Вы платите отчисления крупным организациям за право продавать свою продукцию исключительно их клиентам	MBNA
Брокерство	Вы сводите продавцов с покупателями и получаете комиссионные за каждую сделку	Century21 Orbitz
Пакетирование	Вы предлагаете различные наборы товаров и услуг	Меню фастфуда iTunes
Мобильный оператор	Меняйте тарифы в зависимости от характера услуг	Sprint Better Place
Краудсорсинг	Получаете бесплатный контент в обмен на доступ к другому контенту	Wikipedia YouTube
Устранение посредника	Продаете напрямую, обходя традиционные схемы распределения	Dell WebMD
Разделение	Продаете частичное использование товара или услуги	NetJets Time-shares
Бесплатно — платно	Отдаете основной пакет бесплатно, плату взимаете за дополнительные услуги	LinkedIn
Лизинг	Дорогие товары с высокими комиссионными не продаете, а даете в аренду	Машины премиум-класса MachineryLink
Дешево и сердито	Минимальные услуги за минимальную цену	Walmart IKEA
Плата по факту	Взимаете плату по счетчику	Электроэнергия

Аналогия	Как это работает	Пример
Бритва и лезвия	Резко снижайте цену на основной товар, чтобы продать как можно больше дешевых расходников или запчастей	Принтеры и заправка катриджей
Бритва и лезвия — наоборот	Предложите дешевые или бесплатные расходники, чтобы дорого продать основной товар	Kindle iPod/iTunes
Игра на понижение	Установите потолок цен и позвольте участникам делать ставки по мере снижения цены	Elance.com
Товар = услуга	Продавайте не товар, а пользу от товара	Zipcar
Стандартизация	Стандартизируйте индивидуальные услуги для снижения расходов	MinuteClinic
Подписка	Берите абонентскую плату за доступ к услуге	Netflix
Пользовательские сообщества	Членский доступ к сети, плата взимается за доступ и за рекламу	Angie’s List

Источник: Mark W. Johnson, 2010

Исходя из того, что в теории и практике создан и используется набор различных бизнес-моделей, необходимо определить, возможно ли выделить основную бизнес-модель для применения в определенной производственной сфере.

В этом аспекте интересна концепция, предложенная Александром Остервальдером [1], который предполагает описание бизнес-модели через девять блоков, показы-

вающих логику того, как компания зарабатывает деньги. Эти девять блоков объединены в четырех бизнес области: клиенты, предложение (товары или услуга), необходимая инфраструктура и финансовая жизнеспособность. Другими словами, по словам Остервальдера, бизнес-модель является планом того, как стратегия компании должна быть внедрена в рамках ее внутренних структур, процессов и систем. Этот шаблон предоставлен в рисунке 1.



Рис. 1. Шаблон бизнес-модели, разработанный А. Остервальдером

Источник: Osterwalder, A., Pigneur, 2010

Шаблон бизнес-модели А. Остервальдера содержит следующие элементы:

Потребительские сегменты — одна или несколько групп клиентов, покрытых бизнес-моделью.

Возможно распределить следующие потребительские сегменты: массовый рынок, нишевый рынок, дробная сегментация, многопрофильное предприятие, многосторонние платформы.

Ценностное предложение — набор преимуществ, которые компания готова предложить потребителю.

Каналы сбыта выполняют много функций, в частности:

- повышают степень осведомленности потребителей о услугах компании и товарах;
- помогают оценивать ценностные предложения компании;
- позволяют потребителю покупать определенные товары и услуги;
- знакомят потребителя с ценностными предложениями;
- предоставляют послепродажное обслуживание.

Отношения с клиентами. Например, личная поддержка, самообслуживание, автоматизированное обслуживание, сообщества, совместное создание.

Потоки получения дохода. Например, продажа активов (товары), плата за использование, оплата подписки, арендный договор/лизинг/аренда, лицензии, процент брокера, реклама.

Следующие ресурсы могут быть ключевыми: материальные, интеллектуальные, человеческие, финансовые.

Ключевые типы деятельности. Например, Microsoft — разработка программного обеспечения, Dell — управление взаимоотношениями с поставщиками, McKinsey — разрешение проблемных ситуаций. Ключевые типы деятельности могут быть классифицированы следующим образом: производство, разрешение проблемы, платформы/сети.

Ключевые партнеры. Возможно распределить четыре типа партнерства:

1. Стратегическое сотрудничество между не конкурирующими компаниями.

2. Стратегическое партнерство между конкурентами.

3. Совместные предприятия для начала новых бизнес-проектов.

4. Отношения производителя с поставщиками для гарантии получения высококачественных комплектующих.

Возможно распределить три главных побуждения создания партнерства: оптимизация и экономия в сфере производства, уменьшение в риске и неопределенности, поставка ресурсов и совместных мероприятий.

Структура издержек. Это расходы, связанные с функционированием бизнес-модели. Блок описывает наиболее значимые расходы, необходимые для работы в рамках конкретной бизнес-модели. Создание и воплощение ценностных предложений, поддержание взаимоотношений с потребителями, получение прибыли — все эти процессы связаны с какими-либо издержками. Расходы достаточно легко подсчитать, если вы точно определили ключевые ресурсы, ключевые виды деятельности и ключевых партнеров.

Также рассмотрим концепцию, Генри Чесбруха (Henry Chesbrough) и Ричарда С. Розенблума (Richard S. Rosenbloom). В своей работе «Роль бизнес-модели в получении ценности от инновации» (“The Role of the Business Model in Capturing Value from Innovation”) [2] они понимают под бизнес-моделью отражение того, как предприятие планирует получать прибыль. Этот процесс описывается с помощью девяти блоков, показанных на рисунке 2, которые авторы назвали «каркасом бизнес-модели» (“business model canvas”).

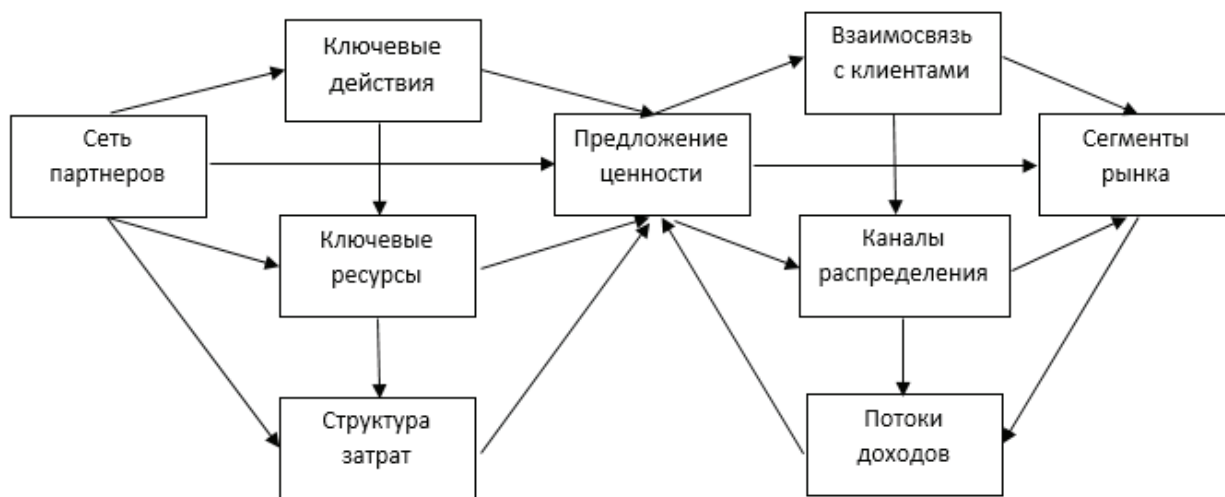


Рис. 2. Каркас бизнес-модели, созданный Чесбрухом и Розенблумом

Источник: Chesbrough, H., Rosenbloom, 2010

На основе имеющейся литературы по бизнес-моделям Чесбрух и Рознеблум раскрыли девять блоков, которые составляют каркас бизнес-модели:

Исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод, что предприятию для эффективного развития могут тре-

боваться и бизнес-модель, и стратегия реализации бизнеса, которые разрабатываются в одно и то же время (или сначала создается бизнес-модель, а затем разрабатывается стратегия).

Таблица 2. Содержание каркаса бизнес-модели Чесбруха и Розенблума

1.	Предложение ценности	Value proposition	Товар, услуга или работа, предлагаемые предприятием рынку
2.	Рыночный сегмент	Client segments	Аудитория, которой предлагается ценность
3.	Каналы коммуникации и распределения	Distribution channels	Каналы связи, предназначенные для предоставления потребителям товаров и услуг (ценности)
4.	Управление взаимоотношениями с потребителями	Client relationships	Способы взаимодействия с потребителями
5.	Ключевые ресурсы	Key resources	Ресурсы, необходимые для реализации бизнес-модели
6.	Ключевые действия	Key activities	Действия, которые нужно совершить для реализации бизнес-модели
7.	Ключевые партнеры	Partner network	Основные партнеры и мотивы их участия в бизнес-модели
8.	Структура затрат	Cost structure	Затраты, необходимые для реализации бизнес-модели
9.	Потоки доходов	Revenue flows	Доходы, получаемые от реализации бизнес-модели

Источник: Chesbrough, H., Rosenbloom, 2010

Проведя анализ существующих бизнес-моделей, а также рассмотрев предложенные концепции, предлагается использовать для лучшего развития производственного предприятия

каркас бизнес-модели, созданный Чесбрухом и Розенблумом, который позволит эффективно улучшать создаваемые продукты и обеспечить конкурентные преимущества.

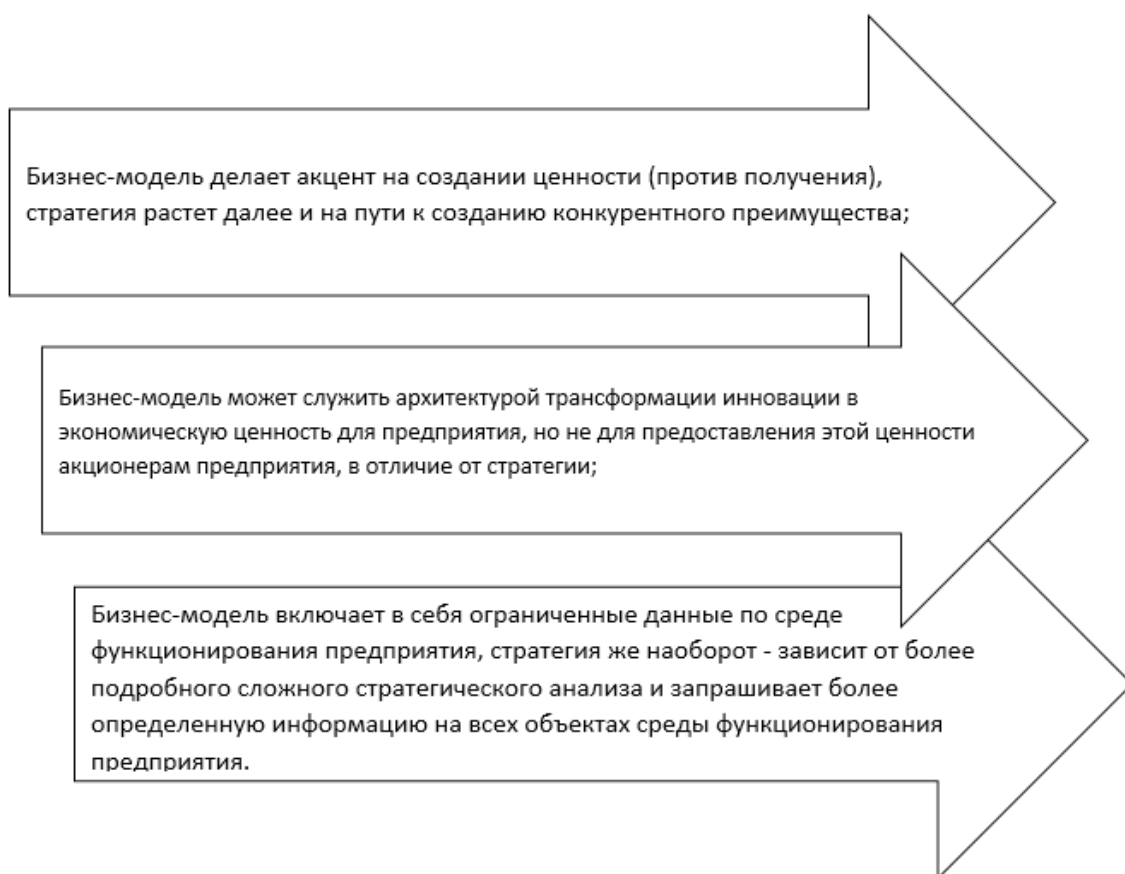


Рис. 3. Различия между понятиями «бизнес- модель» и «стратегия»

Источник: Chesbrough, H., Rosenbloom, 2010

В дополнение к концепции бизнес-модели, которая открывает бизнес-процессы предприятия по сравнению с шаблоном Ostervaldeга немного шире, Чесбрах и Розенблум [2] сосредотачивают внимание на различиях между понятиями «бизнес-модель» и «стратегия» представленных на рисунке 3.

По мнению авторов, использования предлагаемой Чесбрахом и Розенблумом концепции бизнес-модели и ее элементов во взаимосвязи будет продвигать промышленные предприятия в определенном направлении их деятельности, и также определение четко выраженного образа мышления и действия, предоставляющего ориентацию на потребителей.

Таким образом авторы полагают, что на основе выбранной бизнес-модели возможно разработать уникальную бизнес-модель, позволяющую достигнуть конкурентных

преимуществ и предоставить эффективное осуществление научно-технического потенциала персонала предприятия для каждого определенного промышленного предприятия.

Литература:

1. Osterwalder, A., Pigneur, Y. Business Model Generation. Lausanne, Switzerland: ohn Wiley & Sons, 2010.
2. Chesbrough, H., Rosenbloom, R. S. The Role of the Business Model in Capturing Value from Innovation. Boston, Massachusetts: Harvard Business School, 2000.
3. Mark W. Johnson, Seizing the White Space, 2010.
4. Любанова Т. П., Зозуля Д. М. Инженерный маркетинг как новая парадигма в эволюции маркетинга и инструмент инновационного развития организации: Монография / Т. П. Любанова., Д. М. Зозуля и др. Ростов н/Д: Издательский центр ДГТУ, 2011.
5. http://en.wikipedia.org/wiki/Business_model — информация бесплатной онлайн энциклопедии.

Пути повышения конкурентоспособности предприятий на примере АК «Узбектелеком»

Гафурова Дильшоода Рамазановна, ассистент
Ташкентский университет информационных технологий (Узбекистан)

В данной статье рассмотрены определение конкурентоспособности предприятия, выяснены основные факторы влияющие на повышение конкурентоспособности предприятий на примере АК «Узбектелеком», перечислены пути повышения конкурентоспособности предприятия.

Ключевые слова: конкурентоспособность, предприятия, телекоммуникации, сегмент интернет, технология, инновации, рост, услуги

В условиях рыночной экономики успех деятельности любого предприятия зависит от планирования эффективного развития, от своевременной обработки информации конъюнктуры рынка, сведения о конкурентах и своей конкурентоспособности.

Конкурентоспособность предприятия — это относительная характеристика, которая выражает степень отличия данного предприятия от конкурентов в сфере удовлетворения потребностей клиентов. [1]

Конкурентоспособность — это способность определенного объекта или субъекта отвечать запросам заинтересованных лиц в сравнении с другими аналогичными субъектами и/или объектами. Объектами могут быть товары, предприятия, отрасли, регионы (страны, области, районы). Субъектами могут выступать потребители, производители, государство, инвесторы. [2].

В современной экономике повышение конкурентоспособности компании и национальной экономики в целом является одним из основных условий для интеграции государства в глобализацию. Одна из сложных задач является разработка комплексного подхода повышения конкурентоспособности компании. Иными словами, конкурентоспособность компании — это возможность противостоять на рынке альтернативным товаром и услугам конкурентов как по степени удовлетворенности, так и эффективности предоставления определенных услуг, мар-

кетинговой и финансовой деятельности. Сегодня конкурентоспособность компании и методы его повышения является все более актуальной. Ситуация на рынке в основном зависит от результатов конкурентной борьбы. Рассматривая узбекский рынок телекоммуникационных услуг, можно сказать что конкурентная борьба все больше возрастает в зависимости от ряда факторов. Существует несколько путей повышения конкурентоспособности предприятия:

- рост объемов реализации продукта (товара или услуги);
- улучшение качества выпускаемого продукта (товара или услуги);
- уменьшение расходов;
- бенчмаркинг.

Рассмотрим какие методы повышения конкурентоспособности использует компания АК «Узбектелеком». Акционерная компания «Узбектелеком» крупнейший оператор телекоммуникаций, который охватывает своей сетью всю территорию Республики Узбекистан.

Используя свою телекоммуникационную сеть, построенную на базе современных технологий, Компания предоставляет услуги:

- аренды каналов операторам и провайдерам фиксированной и мобильной связи;
- международной и междугородней связи,

- оказывает все виды услуг голосовой связи и передачи данных,
- доступа к сети Интернет,
- видеоконференц связи,
- мобильной и стационарной связи в стандарте CDMA-450, и GSM
- организует каналы для передачи программ телевизионного и радиовещания.

Также компания является самым крупным поставщиком телекоммуникационных услуг для государ-

ственных структур и ведомств. Основой экономической деятельности компании является предоставление услуг междугородной, международной связи всем потребителям по всей территории республики. При этом одновременно с преимущественно традиционными услугами голосовой связи и доступа к сети Интернет, компания предоставляет современные услуги передачи данных по проводным и беспроводным технологиям. Ниже на таблице 1 приведены основные конкуренты АК «Узбектелеком».

Таблица 1. Главные и основные конкуренты АК «Узбектелеком»*

№	Наименование продукта — конкурента	Наименование организации конкурента	Конкурентные преимущества	Конкурентные отставания
1	Домашний телефон	East telecom, Buzton	Короткие сроки установки	Отсутствие бонусов при подключении с интернетом
2	Интернет	Sarcor, Sharq, TPS, EVO, SOHO	Бесплатная аренда оборудования	Ниже скорость, отсутствие бонусов при подключении пакета
3	GSM	Билайн, UMS, Ucell	Дешевые тарифы	Малое количество вышек-связь передается удовлетворительно
4	CDMA	Perfectum mobile	Высокоскоростной интернет	Предоставление мобильного устройства
5	IP-TV	Turon, Uzdigital	Долгосрочный кредит абонентского терминала	Недостаточное развитие контентных услуг
6	Услуги инсталлятора	Все предприятия	Квалифицированные специалисты	Оснащенность компьютерной техникой
7	Оптоволокно GPON	Sarcor, Sharq, TPS	-	-
8	Fttx	Sarcor, Sharq, TPS	-	-

Можно сказать, что на рынке телекоммуникационных услуг у компании АК «Узбектелеком» есть серьезные конкуренты. Для того что бы устранить свои отставания предприятию необходимо расширять свои масштабы деятельности, улучшить качество обслуживания, увеличить число квалифицированных специалистов.

Для повышения конкурентоспособности компания разработала стратегию развития бренда. Генеральным брендом АК «Узбектелеком» с 2011 года является торговая марка Uztelecom, а многочисленные услуги компании на рынке теперь оказываются под тремя торговыми марками — Uztelecom, Uzmobile и Uzonline. Для интернет пользователей компании внедрен ко-бренд «Uz-Online», для мобильных абонентов филиала «Узбектелеком Мобайл» сохранен бренд «UzMobile». Задачи ребрендинга АК «Узбектелеком»:

1. Создание единой комплексной визуальной стратегии продвижения бренда услуг АК «Узбектелеком» и его структурных подразделений с целью повышения эффективности использования маркетингового бюджета.

2. Обеспечение единого восприятия идей и стандартов бренда услуг «Узбектелеком» потребителями, партнерами,

государственными органами и сотрудниками АК «Узбектелеком» и ее специализированных подразделений.

3. Повышение уровня доверия к услугам всех структурных подразделений АК «Узбектелеком» за счет визуальной демонстрации их принадлежности к такой авторитетной структуре как АК «Узбектелеком».

4. Повышение конкурентоспособности и достижение лидерства в своём сегменте.

5. Укрепление позиций в мировом сообществе.

6. Повышение эффективности рекламно-информационных мероприятий.

Ребрендинг дает возможность компании укрепить позиции на рынке и расширить круг абонентов. Это дает возможность повысить объем реализации что является одним из методов повышения конкурентоспособности. Но нужно учитывать что только повышение объема реализации не даст желаемых результатов, так как для этого дополнительно требуется правильная организация производственного процесса, который определяет и обеспечивает безубыточную производственную деятельность.

Следующие направление — это улучшение качества предоставляемых услуг, что окажет влияние на: освоение новых

* Составлено автором на основе статистических данных

рынков, повысит лояльность клиентов. Решение вопросов о качестве компания поднимет имидж предприятия у покупателей, станет залогом выхода на внешний рынок, а также будет являться основой для получения максимальной прибыли. АК «Узбектелеком» пользуясь современными телекоммуникационными технологиями обеспечивают высокое качества.

Еще один из методов является уменьшение расходов — это традиционный и наиболее исследованный метод повышения конкурентных преимуществ компании. АК «Узбектелеком» путем внедрения современных технологий предоставляет все телекоммуникационные услуги по самым низким тарифам. Это обеспечивает еще одну конкурентное преимущества данной компании.

Следовательно, последний инструмент из которых мы указывали для повышения конкурентоспособности является — бенчмаркинг. Бенчмаркинг — это систематический, непрерывный поиск и изучение передового опыта конкурентов и игроков смежных отраслей, постоянное сравнение желаемых результатов и изменений бизнеса с разработанной эталонной моделью. На основании полученных сведений необходимо обеспечить поддержку системы постоянных улучшений результативности деятельности.

Учитывая эффективность использования данного инструмента можно предложить компании использовать бенчмаркинг для повышения конкурентоспособности деятельности.

Помимо выше приведенного существуют множество других методов повышения конкурентоспособности предприятия, например как постоянное использование нововведений, сбыт товаров в новых сегментах рынка, где наиболее высокие требования к качеству и сервисному обслуживанию, постоянное обучение и переподготовка кадров для более высокого уровня обслуживания, проведение маркетинговых исследований рынка, с целью установления потребностей покупателей, анализ конкурентов, для выявления своих сильных и слабых сторон. поддержание коммуникацию с научно-исследовательскими организациями и инвестирование научных разработок, направленных на повышение качества продукции, использование наиболее эффективных рекламных мероприятий и т.д. Какими бы методами не пользовалась компания для повышения конкурентоспособности, все они помогут повысить устойчивость предприятия среди конкурентов, если они завершены успешным образом.

Литература:

1. Оковкина О. Н., Чупайда А. М./ Пути повышения конкурентоспособности предприятия/ Экономический журнал. № 19 / 2010
2. Габибова М. Ш. Пути повышения конкурентоспособности предприятия // Актуальные вопросы экономики и управления: материалы III междунар. науч. конф. (г. Москва, июнь 2015 г.). — М.: Буки-Веди, 2015. — С. 85—87.

Государственно-частное партнерство: сущность и проблемы взаимодействия в России

Гильдебрант Ольга Викторовна, магистрант;

Мильто Елена Васильевна, магистрант;

Хохлова Галина Ивановна, кандидат экономических наук, доцент
Иркутский государственный университет путей сообщения

В сложившихся условиях большую роль в решении социально-экономических проблем играет частный бизнес. Необходимость в партнерстве государства и бизнеса возникает, прежде всего, в социальных отраслях, за которые государство несет ответственность. Путем привлечения частных инвестиций в социально-значимые проекты государство решает вопросы их финансирования. В свою очередь для бизнеса появляется возможность расширения сферы выгодного приложения капитала, обеспечивается интерес предпринимателей к совместному с государством сотрудничеству. Благодаря такому взаимному интересу возникли разнообразные формы взаимодействия государства и предпринимательских структур, а именно государственно-частное партнерство.

Государственно-частное партнерство — это совокупность форм средне- и долгосрочного взаимодействия государства и бизнеса для комплексного и эффективного решения общественно значимых задач на взаимовыгодных условиях.

Такая форма долгосрочного хозяйственного взаимодействия между государством и частными структурами как государственно-частное партнерство в России получила свое развитие примерно с середины первого десятилетия XXI века.

За несколько лет была проведена работа по уточнению концептуальных основ такого взаимодействия, формированию нормативно-правовой базы, созданию специальных институтов для внедрения современных инструментов партнерства [2].

Преимуществами взаимодействия государства и бизнеса в рамках государственно-частного партнерства выступают:

- долгосрочный характер взаимодействия;
- соинвестирование проекта как со стороны частного, так и публичного партнера;
- разделение рисков между государством и бизнесом;
- предметом соглашения являются имущественные объекты и/или общественно-значимые услуги, для оказания которых необходимо создание или реконструкция имущественного объекта;
- бизнес участвует не только в создании/реконструкции объекта соглашения, но и в его дальнейшей эксплуатации и/или техническом обслуживании.

Таким образом, основными целями, которые определяют заинтересованность сторон в создании партнерства, в частности привлечении внебюджетных источников инвестиций для важных проектов и разделении финансовых рисков.

Помимо этого государство может отказываться от несвойственных ему хозяйственных функций, выбрав по конкурсу наиболее компетентного, опытного и надежного частного партнера, которому передаются функции по управлению объектом государственной собственности. Кроме того, частный партнер вкладывает не только финансовые ресурсы, но организационно-управленческий опыт, технологии и ноу-хау, а также минимизирует предпринимательские риски.

В свою очередь, заинтересованность коммерческих структур в партнерстве с государством определяется рыночными мотивами. Например, вступая в государственно-частное партнерство, компания получает в долгосрочное владение и пользование государственные активы. Это обеспечивает стабильное получение приемлемой нормы прибыли в долгосрочной перспективе. На свободном конкурентном рынке такие преимущества неоспоримы. Кроме того, осуществляя инвестиции в проекты государственно-частных партнерств, предпринимательские структуры обеспечивают себе гарантии возврата вложенных средств и минимизируют риски их потери, поскольку государство несет соответствующие обязательства. В период срока действия контракта компания может за счет нововведений повысить общую прибыльность бизнеса и таким образом увеличить получаемый доход.

Обычно роли между государством и частным бизнесом четко разграничены, государство действует на одном поле, частный сектор — на другом. Партнёрство смешивает эти поля в одно и заставляет обоих игроков существовать в кардинально иной среде, в которой действуют и другие правила. Участникам приходится приспосабливаться к более сложным условиям функционирования, и поиску компромиссов не только с внешней средой, но и внутри самого партнёрства.

Другими словами проблемы взаимодействия между бизнесом и властью в рамках государственно-частного партнерства обусловлены различными целевыми установками партнеров и неразрывно связаны с рисками реализации

проектов, в частности политическими и правовыми; техническими; коммерческими; «экономическими.

Политические и правовые риски включают риски изменений в политике либо законодательстве на уровне отрасли, региона или страны, которые могут отрицательно повлиять на проект. Одна из причин связана с различными целевыми установками по поводу использования финансовых ресурсов, а именно государству необходимы финансовые ресурсы для решения социально-экономических задач, а бизнесу данные средства нужны для развития и повышения своей конкурентоспособности.

Органы государственной власти принимают законы, а также следят за их исполнением, то есть фактически самостоятельно устанавливают правила взаимоотношений бизнеса и государства без прямого участия предпринимателей в процедуре принятия решений. Например, в области налогового законодательства, для государства важной мотивацией является пополнение бюджета за счет налоговых поступлений, а для предпринимателей (особенно малого и среднего бизнеса) ключевое значение имеет величина налогового бремени. Вместе с тем, учитывая, что отдельный предприниматель может поставить цель сменить страну своего пребывания, то данная мотивационная основа может быть ослаблена.

Технические риски связаны с прединвестиционной стадией — строительством и эксплуатацией.

Коммерческие риски заключаются в снижении предусмотренного проектом уровня цен и объемов реализации продукции.

Экономические риски включают риски изменения процентных ставок, обменных курсов валют, инфляции, которые могут негативно повлиять на результативность проекта.

Таким образом, государственно-частное партнёрство изначально содержит в себе внутренний конфликт, который усугубляется негативными воздействиями окружающей для партнёрства экономической и политической среды, техническими условиями, т. е. наличие рисков порождает противоречия между государством и бизнесом в рамках ГЧП.

Вышеперечисленные риски усугубляются следующими обстоятельствами:

- отсутствием реальной ответственности государственных структур за реализацию проекта;
- риском сокращения или прекращения финансирования проекта в случае изменения приоритетов бюджетных расходов;
- сложностями разрешения конфликтных ситуаций/споров с государственными структурами;
- ненадлежащим выполнением условий контракта со стороны органов власти;
- сложностью выхода из проекта и возврата вложенных инвестиций.

Исходя из того, что государственно-частное партнёрство — это высокорисковый проект, то для того, чтобы добиться взаимопонимания между государством и бизнесом

необходимо сформулировать согласованную цель, которая позволит выстроить оптимальную модель взаимоотношений. Данная модель позволит принимать обоснованные решения с учетом специфических особенностей.

С одной стороны, важнейшим принципом ГЧП является принцип равенства его участников. Обе стороны по своему усмотрению и с учетом своих интересов самостоятельно определяют свое поведение относительно участия в проекте. Государство не должно использовать свои властные полномочия.

С другой стороны, проблема заключается в том, что государство само определяет правовые рамки, которыми пользуются все остальные субъекты хозяйствования.

Для реализации проекта в ГЧП государство использует свои специфические права, как института, наделенного властными полномочиями.

Государство обладает легитимной, общепризнанной властью и, используя её, может устанавливать, защищать или изменять «правила игры» в обществе, ограничивая или расширяя свободу выбора субъектов хозяйствования (бизнеса).

В силу своих властных полномочий, при наступлении неблагоприятных условий политического или экономического характера (война, стихийные бедствия, экономический кризис и т. д.) государство может сократить финансирование проекта, либо совсем перестать выполнять свои финансовые обязательства, что грозит бизнесу огромными потерями, либо даже банкротством.

Наличие противоречий во многом обусловлено существующими барьерами и проблемами при реализации

ГЧП. Основными причинами большинства из них являются несовершенство законодательства (особенно в части определяющей права и ответственность сторон), несовершенство форм и методов реализации партнерских отношений.

Кроме того, согласование целей власти и бизнеса происходит в ходе совместной разработки стратегий развития регионов, государства в целом и по отдельным направлениям экономико-социального развития на срок от 10 до 40 лет, что превышает бюджетный период. Согласно российскому законодательству средства, которые должны быть направлены на оплату работ и услуг частного партнера, необходимо отражать в качестве расходных обязательств соответствующего бюджета, который принимается на краткосрочный период.

Это, в свою очередь, приведет к конфликту сторон соглашения и, возможно, в случае невыполнения обязательств к судебному разбирательству.

Таким образом, на процесс реализации проектов в рамках государственно-частного партнерства оказывает влияние множество факторов, в числе которых экономическая и политическая конъюнктура, ресурсы участников, опыт взаимодействия и др. Исходя из принципа равноправия, необходима жесткая юридическая фиксация основополагающих прав и обязательств. Для преодоления возникающих противоречий следует привести в соответствие содержание государственно-частного партнерства целям субъектов, оптимизировать интересы каждого партнера с точки зрения интересов развития общества.

Литература:

1. Габдуллина Э. И. Противоречия интересов власти и бизнеса в регионе // Новый университет. — 2012. — № 3.
2. Государственно-частное партнерство — институциональный и деловой альянс государства и бизнеса [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://articlekz.com/article/8598>
3. Климова Н. В. Частно-государственное партнерство: сущность, преимущества, риски. [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://viperson.ru/wind.php?ID=644898>
4. Медведева Г. Б., Захарченко Л. А. Государственно-частное партнерство как форма взаимодействия двух институтов // Экономика и управление. — 2012 г. — № 3.
5. Ратькова А. Б. Партнерские экономические отношения государства и бизнеса: противоречия и перспективы // Вестник КГУ им. Н. А. Некрасова. — 2012. — № 3.
6. Хохлова Г. И., Окладникова Д. Р. Инновационная деятельность субъектов малого и среднего бизнеса: основные тенденции и проблемы формирования источников инвестиций.
7. Чефранов А. С. Риски в проектах государственно-частного партнерства [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://dspace.susu.ac.ru/bitstream/handle/0001.74/1486/52.pdf?sequence=1>

Оптимизация структуры капитала: этапы построения оптимальной структуры

Глушец Евгения Александровна, магистрант
Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта

В статье рассмотрено понятие «оптимизация структуры капитала». Представлены основные методы и задачи для построения оптимальной структуры капитала предприятия.

Ключевые слова: оптимизация структуры капитала, традиционный метод, метод операционного рычага, развитие компании как следствие применения структуры капитала

Структура капитала предприятия характеризует и обрисовывает соотношение собственного и заемного капитала, для развития которых привлечены разные источники финансирования с дальнейшим взглядом на долгосрочное развитие предприятия. От того, какие способы и методы используются при оптимизации структур капитала зависит успех задуманной стратегии развития организации.

Бытует мнение, что собственный капитал можно расценить как бесплатный, но не стоит забывать, что платой или можно сказать ценой собственного капитала становятся дивиденды, а их выплата делает финансирование достаточно дорогостоящим.

Как показывает мировая практика — финансирование за счет собственного капитала лишает бизнес определенных финансовых рисков. Но и при этом тормозит прирост бизнеса, выручки. Говоря о заемном капитале, в этом плане он позволяет приумножить и расширить при условии грамотного управления и распределения. Но при этом структура капитала не может быть выстроена идеально, так как при доминировании заемных средств над собственными, возникают другие риски, например опасность неплатежеспособности.

Для построения оптимальной структуры капитала предприятия, необходимо поэтапно изучить методы, и соответственно задачи финансовой стратегии предприятия.

Рассмотрим методы оптимизации структуры капитала:

Первый метод «традиционный», характеризуется привлечением кредитов. В данном случае, необходимо грамотно продумать схему кредитования, привлечение долгосрочных и краткосрочных кредитов.

Второй метод подразумевает использование операционного рычага, а именно кредиторская и дебиторская задолженности находятся в разумном соотношении друг с другом. В данном случае мы можем балансировать в зависимости от финансовой ситуации в компании.

Переходя от методов к задачам, необходимо заметить, что вопрос оптимизации структуры капитала является финансовой стратегией организации. Прежде чем ставить перед собой задачи, финансовая служба должна детально проработать и изучить баланс за прошлые периоды, при этом получая данные касательно используемой структуры капитала.

Основные задачи, которые необходимо поставить перед собой для достижения:

- оптимизация структуры капитала
- снижение стоимости компании
- управление структурой капитала компании

Изучая вопрос об оптимизации структуры капитала предприятия, необходимо выстроить поэтапно алгоритм действий для выявления оптимальной структуры. Алгоритм заключается в следующих этапах:

1. Анализ капитала предприятия;
2. Оценка факторов, которые характеризуют формирование данной структуры капитала;
3. Способы построения оптимальной структуры капитала предприятия по принципу максимизации уровня финансовой рентабельности;
4. Оптимизация структуры капитала предприятия по способу минимизации уровня финансовых рисков;
5. Построение оптимальной структуры капитала по критерию минимизации его стоимости;
6. Формирование стратегического плана по развитию оптимальной структуры.

После построения алгоритма для выведения оптимальной структуры капитала предприятия, охарактеризуем каждый из этапов.

Как показывает практика, часто политика финансирования является неадекватной согласно стратегическим целям развития компании. Но при этом отношения между менеджерами и собственником или владельцем предприятия оказывают значимое влияние на развитие бизнеса. Как, к примеру соотношение заемного и собственного капитала, формируют его структуру. Если в компании собственные средства преобладают над заемными, то можно сделать вывод, что осуществляется неэффективная политика финансирования. При отсутствии ориентиров в ведении бизнеса или предприятия, соответственно отсутствию понятий о формировании необходимой структуры капитала, полезной так сказать для развития предприятия, отказ от привлечения финансирования со стороны может принести ущерб компании, который будет заключаться в торможении развития, невыполнении стратегических целей и задач, в итоге несоответствие интересам собственника. К примеру, высокая доля собственных средств в структуре капитала некоторых предприятий, приводит к вопросу об оптимизации капитала и построении оптимальной структуры, для дальнейшего удовлетворения интересов собственника.

Существует метод оптимизации структуры капитала предприятия за счет максимизации прибыли, который в будущем приводит к оптимальной структуре капитала за счет максимизации стоимости предприятия и сохранении финансового положения в стадии устойчивости. Данный метод заключается в увеличении прибыли за счет минимизации за-

трат. Но при этом выпадает из учета факт влияния капитала на уровень устойчивости финансовых показателей предприятия. Внедряя метод максимизации необходимо помнить о том, что вам необходимо соблюсти интересы собственника, которые как правило заключается в притоке свободной прибыли и роста стоимости компании. Критерии оптимальной структуры капитала тяжело выделить, так как необходимо учитывать и разные стадии жизненного цикла предприятия. К примеру, от одной стадии развития к другой, структура капитала образованная заемным капиталом, будет отличаться от целевой структуры капитала на другом этапе развития. В результате предприятию потребуются дополнительные затраты, дабы сформировать ту структуру капитала, которая отвечала бы критериям, характерным для данного этапа развития компании. Каждый жизненный цикл компании характеризуется своей системой показателей, которая описывает финансовое состояние компании. В связи с тем, что на различных стадиях развития компании осуществляются различные цели и применяются различные способы для их достижения, важность каждого показателя не может быть одинаковой. Меняя приоритетность показателей на разных стадиях развития, будут меняться и требования к оптимальности структуры капитала. Так влияние внешней среды сказывается на развитие предприятия. В условиях кризиса, предприятию необходимо перейти к политике снижения объемов производства и сократить затраты. Не зависимо от того, на каком этапе развития находится компания, необходимо сделать переоценку в приоритетах развития, и пересмотреть долгосрочные цели развития не только в момент финансового кризиса, но и в периоды экономического роста, так как и эти процессы могут привести компанию к каким-либо последствиям. Оценивая финансовое состояние предприятия на разных этапах жизненного цикла, можно прибегнуть к помощи агрегированного показателя (AR_i). В процессе построения частный показатель будет соответствовать своему весовому значению, которое охарактеризует этап развития компании:

$$AR_i = \sum_{j=1}^N \omega_j \cdot \delta_j,$$

где ω_j — удельный вес (значимость) j -ой группы показателей на i -ом этапе;

δ_j — средняя оценка в баллах (от min=2 до max=5) значения j -ой группы показателей на i -ом этапе;

$$\sum_{j=1}^N \omega_j = 1;$$

$$j \in (1; N);$$

N — количество групп показателей.

Литература:

1. Галицкая, С. В. Финансовый менеджмент: учеб. пособие / С. В. Галицкая. — М.: Эксмо-Пресс, 2008.
2. Ивашковская И., Куприянов А. Структура капитала: резервы создания стоимости для собственников компании // Управление компанией. 2005 г. № 2.

При малейших изменениях в корректировке прогнозов по увеличению или уменьшению показателей выручки, прибыли или вложений, значения некоторых показателей будут изменяться, так как удельный вес каждого показателя будет варьироваться исходя из условий при которых действует компания.

Метод основанный на применении агрегированного показателя на соответствующих этапах развития предприятия, может послужить оптимальным для каждого этапа развития структуры, так как суть механизма заключена в следующем: при изменении (увеличении) доли заемного капитала рассчитываются: AR_i, величина свободного денежного потока собственникам (FCFE), а также значение спреда доходности (ROIC-WACC), исходя из рассчитываемых средне-взвешенных затрат на капитал (WACC) и рентабельности инвестированного капитала (ROIC) (увеличение доли заемного капитала возможно до уровня 50 %, исходя из требования к соблюдению допустимого уровня финансовой устойчивости). Увеличение доли заемного капитала (wD) будет целесообразным до такого уровня, при котором, во-первых, образуется неотрицательный свободный денежный поток собственникам (wDFCFE), во-вторых, достигается локальный максимум спреда доходности (wDspread) в зоне формирования неотрицательного свободного денежного потока собственникам, при этом wDspread < wDFCFE. В результате, формируется диапазон оптимальных значений структуры капитала и соответствующий им нормативный интервал значений агрегированного показателя на анализируемом этапе компании, для которого характерна высокая значимость показателя рентабельности собственного капитала. [2, с.27]

Рассмотренный метод по формированию оптимальной структуры капитала предприятия дает возможность своевременно реагировать на изменения внутренней и внешней среды, за счет важности показателей этапов развития предприятия. Изложив все вышперечисленно, можно прийти к выводам, что оптимизация структуры капитала предприятия позволяет принимать и ставить стратегические цели, которые будут удовлетворять интересы всех сторон, при этом сохраняя финансовую устойчивость предприятия. Помимо этого, оптимальная структура капитала приводит к увеличению большей стоимости для владельца и собственника компании, позволяя достичь высокий уровень рентабельности, не ограничивая доступ к финансовым ресурсам компании. В результате предприятие способно осуществлять высокие выплаты как собственнику так и кредиторам, параллельно реинвестируя часть прибыли в дальнейшее развитие бизнеса, при этом наращивая его стоимость.

3. Сысоева Е. Ф. Сравнительный анализ подходов к проблеме оптимизации структуры капитала // Финансы и кредит. — 2007. — № 25.
4. Хотинская, Г.И. Финансовый менеджмент: учеб. пособие / Г.И. Хотинская. — М.: ДИС, 2007. — 192 с.

Статистический анализ уровня инфляции в РФ

Горбунова Марина Александровна, студент
Оренбургский филиал Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова

Высокий уровень инфляции неблагоприятно влияет на экономику того или иного государства. В статье дается оценка уровня инфляции и проведена оценка влияния уровня инфляции от размера денежной массы.

Ключевые слова: инфляция, денежная масса, динамика инфляции, факторный анализ инфляции

Большая часть стран с развивающейся экономикой характеризуется достаточно высоким уровнем инфляции. Инфляция представляет из себя долговременный процесс снижения покупательной способности денег, в следствие чего происходит повышение общего уровня цен. Россия, как одна из представителей группы развивающихся стран, не является исключением. За последние годы страна испытала целый ряд неблагоприятных событий: введение

санкций со стороны международного сообщества в отношении России, нестабильная мировая ситуация, ответные меры на санкции (продуктовое эмбарго), неустойчивость национальной валюты. Все это не могло не отразиться на уровне инфляции в стране [1].

Рассмотрим динамику инфляции в Российской Федерации за период 2000–2014 гг, представленную на рисунке 1.



Рис. 1. Динамика инфляции в России [4]

С 2000 по 2006 годы наблюдается стремительное снижение уровня инфляции. Однако в 2008 году, когда начался мировой экономический кризис, инфляция достигла отметки 13,3 %. После чего ситуация постепенно стабилизировалась вплоть до 2013 года. Но ввиду вышеуказанных негативных причин уровень инфляции резко увеличился до 11,4 %.

Существует точка зрения, что уровень инфляции в России в большей степени зависит от выпуска денежной массы в стране [2]. Проанализируем взаимосвязь между данными показателями и проведем корреляционно-регрессионный анализ [3]. Полученные данные представлены в таблице 1. Коэффициент корреляции равен 0,7234, что говорит о том, что связь между признаками прямая и тесная.

Таблица 1. Результаты регрессионного анализа

Регрессионная статистика	
Множественный R	0,723492213
R-квадрат	0,523440983
Нормированный R-квадрат	0,486782597
Стандартная ошибка	2,978165886
Наблюдения	15

Таблица 2. Дисперсионный анализ

	df	SS	MS	F
Регрессия	1	126,6461968	126,6461968	14,27888787
Остаток	13	115,3031365	8,869472042	
Итого	14	241,9493333		

Таблица 3

	Коэффициенты	Стандартная ошибка	t-статистика
Y-пересечение	15,08760079	1,243819802	12,13005353
Переменная X 1	0,002716633	7,18925E-05	3,778741573

Согласно расчетным данным, получили следующее уравнение регрессии: $y = 15,08 + 0,02x$. Фактическое значение F-критерия Фишера, равное 14,28 больше теоретического (4,67), что свидетельствует о статистической значимости уравнения регрессии.

Табличное значение t-критерия Стьюдента при (14–2) степенях свободы и уровне значимости 0,05 составляет 2,18, а расчётное значение данного критерия 7,19, т. е. коэффициент регрессии является статистически значимым.

В среднем с увеличением темпов роста денежной массы в условиях современной Российской экономики на 1 %, уровень инфляции увеличивается на 0,02 %. Коэффициент детерминации составляет 0,523. Это говорит

о том, что около 52,3 % вариации уровня инфляции зависит от темпов роста выпуска денежной массы в РФ. Соответственно, на остальные, неучтенные факторы, приходится 47,7 %.

Таким образом, проведя данное исследование можно сказать о том, что выпуск денежной массы в России, действительно, оказывает значительное влияние на уровень инфляции. Более 50 % вариации коэффициента инфляции зависят от темпов роста выпуска денежной массы. Однако чуть менее половины процентов вариации зависят от других, нерассмотренных факторов, что свидетельствует о том, что инфляция в РФ представляет собой сложный многофакторный процесс.

Литература:

1. Красавина Л. Н. Инфляция и антиинфляционная политика: учебник / Л. Н. Красавина. — М.: Финансы и статистика, 2010.
2. Практикум по финансовой статистике: учебное пособие / Т. В. Тимофеева, А. А. Снатенков. М.: Финансы и статистика, 2014.
3. Снатенков А. А. Сбережения населения и их место в финансово-экономической системе РФ: монография / А. А. Снатенков, Н. С. Приор. — Оренбург: Издательский центр ОГАУ, 2013.
4. www.gks.ru — Федеральная служба государственной статистики

Анализ финансовых результатов деятельности предприятия, формирования прибыли и пути ее повышения на примере ООО «Авиатор», г. Артем

Горох Полина Дмитриевна, студент

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса, филиал в г. Артеме

Ключевые слова: финансовый результат, прибыль от продаж, прочие доходы, прочие расходы

Актуальность данной проблемы обусловлена тем, что финансовым результатом предприятия, является прибыль или убыток. Показатели финансовых результатов характеризуют эффективность хозяйствования предприятия. Они составляют основу экономического развития предприятия и укрепления его финансовых отношений со всеми участниками коммерческой деятельности. Чем больше величина прибыли и выше уровень рентабельности, тем эффективнее

функционирует предприятие, тем устойчивее его финансовое состояние.

Финансовый результат один из основных показателей хозяйственно-финансовой деятельности предприятия, который представляет собой прирост или уменьшение стоимости собственного капитала организации за отчетный период [1].

Конечным финансовым результатом деятельности любого предприятия является сумма прибыли или убытка,

полученная в отчетном периоде от реализации продукции, оказания услуг и производства работ, и других хозяйственных операций. Прибыль как конечный финансовый результат является предметом внимания широкого круга участников рынка, проявляющих интерес к стабильной работе предприятия, и главным критерием, дающим оценку финансово-коммерческой деятельности.

На формирование финансового результата оказывает влияние ряд факторов:

- эффективность использования ресурсов производства;
- соблюдение дисциплины платежей и условий договоров;
- изменение цен на товарных и сырьевых рынках сбыта;
- изменение макроэкономических показателей и т. д.

Финансовый результат также зависит от суммы полученной выручки. Положительный финансовый результат является определяющим критерием для привлечения инвесторов, партнеров по совместному ведению бизнеса, а также кредиторов.

Формирование финансовых результатов предприятия определяется исходя из доходов, полученных как от основной так и вспомогательной деятельности. На основе отчета о финансовых результатах деятельности выводится показатель валовой прибыли, прибыли от продаж, чистой прибыли. Валовая прибыль является разницей, полученной в результате вычета объема выручки и себестоимости реализованной продукции, прибыль от продаж формируется в результате вычета управленческих и коммерческих расходов. Конечным показателем эффективного финансового результата является чистая прибыль, которая остается после вычета налога на прибыль [2].

Систематический недостаток объема прибыли, и ее отрицательная динамика свидетельствует о неэффективности и рискованности деятельности предприятия.

Система показателей финансовых результатов включает в себя не только абсолютные (прибыль), но и относительные показатели (рентабельность) эффективности использования активов предприятия. Чем выше уровень рентабельности, тем эффективнее осуществляется хозяйственная деятельность. Рентабельность как показатель эффективности позволяет оценить степень доходности, выгодности, прибыльности. Показатели рентабельности позволяют оценить, какую прибыль имеет субъект хозяйствования с каждого рубля средств, вложенных в активы и более полно, чем прибыль, отражает конечные результаты деятельности, так как их величина показывает соотношение эффекта с имеющимися или использованными ресурсами. В связи с этим поиск резервов увеличения прибыли и рентабельности — одна из основных задач в деятельности любого предприятия и организации.

Большое значение в процессе управления финансовыми результатами и поисками оптимального соотношения

прибыльности, доходности и затрат отводится финансовому анализу.

В условиях конкуренции и стремления предприятий к максимизации прибыли анализ финансово-хозяйственной деятельности является одной из определяющих функций управления. В настоящее время этот аспект управления организацией становится наиболее важным, так как практика функционирования рынка показывает, что без анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятие не может эффективно развиваться [3].

В условиях возрастающей конкуренции и стремления увеличения доходности, анализ финансовых результатов является обязательной функцией управления предприятием. Именно он позволяет найти резерв увеличения прибыли и рентабельности, а также дает возможность организации функционировать с большей эффективностью [4, с. 235].

ООО «Авиатор» имеет разветвленную сеть: супермаркет «Гурман», кафе «Cherry», ресторан «Атмосфера». В 2014 г. выручка возросла на 5,3 млн руб. или на 1,5 %, в 2015 г. сократилась на 5,5 % (покупатели стали выбирать более дешевые товары, стали более внимательны к ценам и выбору торгового предприятия, в котором закупать продукты питания). Аналогичная динамика прослеживается по показателю выработки, приходящейся на 1 работника: в 2014 г. рост на 5,1 %, в 2015 г. падение на 18,2 %.

При этом среднесписочная численность в 2014 г. сократилась с 87 до 84 чел. или на 3,4 %, в 2015 г. возросла до 97 чел. или на 15,5 %, т. е. эффективность деятельности в 2015 г. снизилась.

В 2015 г. значительный объем выручки был получен от реализации продукции цеха полуфабрикатов, в 2013–2014 гг. выручка по этому направлению была ниже. Численность персонала в 2014 г. была сокращена с 34 до 14 чел. или на 58,8 %, в 2015 г. увеличена до 74 чел. или в 5,3 раза. Производительность труда росла из года в год: в 2014 г. на 1,8 %, в 2015 г. на 3,4 %, что положительно характеризует эффективность деятельности цеха полуфабрикатов.

В 2014 г. полная себестоимость (себестоимость продаж и коммерческие расходы) возросла на 32,2 % (выручка при этом чуть больше на 32,5 %). В 2015 г. темпы прироста выручки и полной себестоимости были одинаковыми 21 %.

Анализ финансовых результатов деятельности компании, проведенный по данным Отчета о финансовых результатах представлен в таблице 2.6. В 2014 г. валовая прибыль составила 51,3 млн руб., что выше 2013 г. на 24,7 млн руб. или на 92,9 %, в 2015 г. составила 44,3 млн руб., что ниже предыдущего года на 7 млн руб. или на 13,7 %.

Согласно данным таблицы 1 наибольший доход предприятие получает от основной деятельности (более 99 %). Коммерческие расходы в составе общей величины расходов возросли в 2014 г. с 5,53 % до 7,9 %, в 2015 г. снизились до значения 2013 г. 5,53 %. Прочие расходы имеют незначительный удельный вес.

Коэффициент превышения доходов над расходами вырос в 2014–2015 гг. по сравнению с уровнем 2013 г.

Таблица 1. Структура доходов и расходов ООО «Авиатор» в 2013–2015 гг.

Показатель	Сумма, тыс. руб.			Структура, %		
	2013	2014	2015	2013	2014	2015
Всего доходов	475206	630331	762665	100,0	100,0	100,0
Выручка	474089	628084	760250	99,8	99,6	99,7
Прочие доходы	1117	2247	2415	0,2	0,4	0,3
Всего расходов	474438	627251	759077	100,0	100,0	100,0
Себестоимость продаж	447504	576810	715981	94,32	91,96	94,32
Коммерческие расходы	26236	49571	41987	5,53	7,90	5,53
Управленческие расходы	0	0	0	0,00	0,00	0,00
Прочие расходы	517	152	207	0,11	0,02	0,03
Налог на прибыль и иные аналогичные обязательные платежи	181	718	902	0,04	0,11	0,12
Чистая прибыль	768	3080	3588	-	-	-
Коэффициент соотношения доходов и расходов	1,002	1,005	1,005	-	-	-

Таблица 2. Анализ точки безубыточности и динамика ее изменения ООО «Авиатор» в 2013–2015 гг.

Наименование показателя	2013	2014	2015	2014 / 2013	2015 / 2014
Выручка, тыс. руб.	474089	628084	760250	153995	132166
Переменные затраты, тыс. руб.	453913	585181	723640	131268	138459
Постоянные затраты, тыс. руб.	19827	41200	34328	21373	-6872
Валовая маржа (стр. 1 — стр. 2), тыс. руб.	20176	42903	36610	22727	-6293
Коэффициент маржинального дохода (стр. 4 / стр. 1)	0,04	0,07	0,05	0,03	-0,02
Точка безубыточности (стр.3 / стр. 5), тыс. руб.	465888	603153	712862	137265	109709
Отклонение от точки безубыточности в абсолютном выражении (стр. 1 — стр. 6), тыс. руб.	8201	24931	47388	16730	22457
Запас прочности по точке безубыточности (стр. 7 / стр. 1 * 100%),%	1,73	3,97	6,23	2,24%	2,26%

Анализ точки безубыточности и динамика ее изменения, а также изменения ее составляющих за анализируемый период представлены в таблице 2.

Согласно данным таблицы 2 в 2014 г. возросли переменные и постоянные затраты (открытие кафе, ресторана), коэффициент маржинального дохода возрос. Предприятию необходимо было продать товаров, услуг на 137,3 млн руб. больше, чем в 2013 г. для достижения точки безубыточности.

В 2015 г. возросли переменные затраты (рост закупочных цен), постоянные расходы были снижены, коэффициент маржинального дохода снизился, но превысил уровень 2013 г. Предприятию необходимо было продать товаров, услуг на 109,7 млн руб. больше, чем в 2014 г. для достижения точки безубыточности.

Запас прочности по точке безубыточности возрос: в 2014 г. с 1,73 % до 3,97 %, в 2015 г. до 6,23 %, что оценивается положительно.

Главными направлениями повышения показателей прибыли и эффективности деятельности являются:

- дальнейшее наращивание выручки (выявлено снижение темпов наращивания выручки: в 2014 г. 32,5 %, в 2015 г. только 21 %, причем, если ис-

ключить влияние инфляции выручка увеличилась в 2014 г. на 19 %, в 2015 г. только на 7,2 %);

- поиск путей наращивания выработки, приходящейся на 1 работника по кафе и ресторану (в 2015 г. снижение выработки по кафе составило 11,8 %, по ресторану 9,8 %);
- оптимизация коммерческих расходов, т. к. их величина, как выявлено по результатам анализа, в значительной степени влияет на финансовые результаты и показатели эффективности деятельности;
- оптимизация величины запасов в составе активов (темпы прироста запасов составил 102,5 %, темпы прироста выручки только 21 %), поиск путей снижения материальных затрат (материалоемкость в 2015 г. выше уровня 2013–2014 гг.)
- повышение уровня чистой прибыли и направление ее на капитализацию для увеличения удельного веса собственного капитала и повышения финансовой устойчивости.

В целях повышения уровня выручки и прибыли по направлению деятельности «розничная торговля» предложено рационализировать ассортимент, используя методику ABC- и XYZ-анализа формирования «покупательской тропы».

В целях повышения уровня выручки и прибыли по направлению деятельности «услуги общественного питания» предложено обучить поваров на курсах, повысить их мастерство и изменить меню, периодически проводить исследование «тайный покупатель», проводить детские праздники. Дополнительные расходы на обучение составят 227 тыс. руб., рекламу 65 тыс. руб., исследование «тайный покупатель» 40 тыс. руб. Планируется увеличить выручку за счет изменения меню и повышения качества обслуживания на 5 %. За счет организации детских празд-

ников планируется получить дополнительную выручку 657 тыс. руб.

За счет предложенных мероприятий запланировано увеличение:

- выручки от продаж на 13,6 млн руб. или на 1,8 %;
- увеличение прибыли от продаж на 3 млн руб. или на 129 %;
- прибыли до налогообложения на 3,4 млн руб. или на 75,9 %, рентабельности по прибыли до налогообложения с 0,6 % до 1 %.

Литература:

1. Видеолекция Финансовые результаты деятельности предприятий. Политика управления дивидендами [Электронный ресурс] — Режим доступа. <http://www.distanz.ru/videoLecture/2958/>. Дата обращения 20.05.2014
2. Л. Фролова Финансовый результат. [Электронный ресурс] — Режим доступа. <http://fb.ru/article/39707/finansovyy-rezultat>. Дата обращения 23.05.2016
3. Понятие финансовых результатов деятельности предприятия [Электронный ресурс] — Режим доступа. http://www.kycherova.ru/ponyatie_fin_gez/index.html. Дата обращения 23.05.2016
4. Денисова Н. И. Коммерческая деятельность предприятий торговли: Учебное пособие/Н. И. Денисова. — М.: Магистр: ИНФРА-М: 2011. — 480 с.

Набор основных методов менеджера в управлении временем

Горяшник Алёна Игоревна, студент

Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова

Осуществляя базовые управленческие функции, менеджер опирается на достаточно конкретные ресурсы: работников, бюджет, материалы. В его распоряжении имеется еще один уникальнейший ресурс — время. Менеджер живет и функционирует в трех временных измерениях: настоящем, прошедшем и будущем. Есть возможность подчеркнуть семь главных постулатов контроля во времени:

1. Осознанность и организованность индивидуальных задач, их гармоничная согласованность с задачами компании

Вы можете это осуществить лично либо же воспользоваться поддержкой начальника или коллег. Главное, чтобы у вас была полная точность относительно того, что от вас ожидают в деловом плане и в какие временные рамки. К несчастью, не редко сотрудники трудятся над реализацией несущественных целей изо дня в день исключительно потому, что не сумели поставить корректную задачу и не согласовали ее с собственным начальством. Одним из худших случаев непродуманного использования рабочего времени можно считать отлично выполненная работа, которая никому не нужна.

2. Постоянное планирование своего времени, письменная фиксация целей и подзадач, сроков, ресурсов и др.

Эффективное планирование — способность выделять приоритеты, резервировать время, подразделять дела

на гибкие и жесткие, принимать во внимание собственные биоритмы и т. п. [1, с 119] Искусство использовать иных работников как временной ресурс, целенаправленное развитие умений делегирования.

Делегирование состоит в передаче некоторых полномочий с более высокого уровня менеджмента на более низкий при сохранении за высшим уровнем менеджмента возможности контроля за использованием данных полномочий. Использование принципа делегирования является немаловажным приемом для более действенного использования рабочего времени. Однако при внедрении данного принципа в повседневной деятельности менеджера необходимо принимать во внимание условия удачного делегирования полномочий.

— Рефлексия, самоанализ, творчество, обучение, тренировка регулярный поиск возможностей сделать собственную работу лучше и быстрее, регулярное улучшение умений, навыков.

— Энергетический самоменеджмент — наилучшее отношение работы и отдыха, способность правильно отдыхать, применение приемов самомотивации. [2, с 34]

— Твердая воля, самоконтроль, разработка схем внешнего управления, умение преодолевать.

Кроме того, существует большое количество приемов, которые помогут менеджеру рационально использовать

свое время. Далее я приведу, на мой взгляд, наиболее необходимые для менеджера.

3. Принцип корзины

Крайне отрицательное явление, когда рутина отнимает время у менеджера. Каждый день необходимо пересматривать свои задачи и отказываться от всех, которые не важны. Нужно отказаться от решения мелких дел, которые полностью занимают ваше время. Вместо этого лучше занять выполнение более важных дел. Все дела и задачи, которые не несут какой-то важной информации, либо они не важны, сразу же берите корзину и выкидывайте их!

4. Практическое планирование

Имея в своем распоряжении единый принцип оптимального применения собственного рабочего времени вы будете иметь возможность организовать практическую реализацию данного делового комплекса. Лучшей иллюстрацией данного принципа может быть практика президента Соединенных штатов Америки Дуайта Эйзенхауэра, который рассматривал все дела на базе 2-х признаков: значимости и быстроты. Цели вида А, как быстрые и значимые, необходимо решать незамедлительно. Цели вида Б, как значимые, но далеко не слишком быстрые, требуют изучения и установления сроков осуществления, в отсутствие которых они в какой-то миг рискуют перевоплотиться в цели типа А, а вы будете к данному не подготовлены. Цели вида В рационально делегировать сотрудникам либо же экспертам, т. к. данные цели могут быть реализованы оперативно, впрочем они не очень необходимы. В итоге, касательно целей вида Г необходимо набраться мужества и сказать самому себе: «Данные цели не заслуживают моих сил, а также времени. О них необходимо просто-напросто забыть». [2, с. 93]

Ловушка, в которой оказывается многие управленцы, складывается из того, что они занимаются главным образом целями типа Г и В и не справляются с целями категории А и Б. Не редко данное случается в связи с тем, что цели категории Г и В осуществить легче и их показатели оказываются мгновенно налицо, что психологически укрепляет сотрудника в доказательстве личной производительности. В ходе взаимодействия большинства менеджеров и управленцев сформировался характерный «банк» методик и уловок, помогающих сформировать собственное рабочее время.

5. Принцип «от бочки к бочке»

Известный аналитик Б. Трейси во время своих выступлений приводит хороший пример, который показывает, что тайм менеджмент в работе менеджера приносит положительные результаты. Б. Трейси говорил, что однажды, ему

пришлось пересечь плато Танезруфт, которое находится в Сахаре. В пустыне в этом месте полностью отсутствует какая-либо пища и вода, т. е. там совершенно невозможно было находиться, не говоря уже о жизни. Огромное количество людей. В попытках пересечь данную местность погибали. Чаще всего это происходило из-за того, что ветра, которые гуляют по пустыне, заносили песком дорогу. И путники терялись в бескрайних просторах. Однако, какие-то люди, придумали одно средство, которое помогало находить ориентиры на дороге. На протяжении всей дороги, они расставили огромные бочки с нефтью, на расстоянии 5 км друг от друга.

Из-за того, что рельеф данной местности совершенно плоский, бочки было видно с любой точки данного плато. Именно поэтому, люди могли спокойно переходить пустыню, не опасаясь за свою жизнь. В связи с чем данный принцип был назван «одна нефтяная бочка за один раз». Взяв в пример данный принцип, менеджеры могут выполнять сложное задание не за один раз, а за несколько. Надо только разделить какую-то задачу на подзадачи и стремиться их выполнить качественно. [3, с. 671]

Данный принцип помогает сократить время, т. к. при постановке больших задач, порой не знаешь за что взяться и получается, что берешься за все сразу и через какое-то время, задача либо не решена полностью, т. к. пошел не по тому пути, либо решена не эффективно, поэтому приходится начинать все сначала.

В заключение хотелось бы отметить. ТМ для российских управленцев — это не новая философия, а чуть иной взгляд на привычную задачу планирования. К огромному сожалению, большинство менеджеров не в состоянии рационально использовать свое время. Они стараются все сделать сами, хотя, для сокращения времени выполнения задачи, лучше было бы делегировать какие-то подзадачи. Большинство компаний, к которым приходит осознание того, что их сотрудники тратят время на бессмысленные занятия, посылают их на курсы тайм менеджмента. Однако, даже после этого не все сотрудники применяют полученные знания на практике. Время — капитал, но не совсем деньги. Его надо учитывать. Однако, это не мешает менеджерам изобретать эффективные приемы экономии времени, которые они применяют на практике и успешно справляются с поставленными задачами. На мой взгляд, приемы тайм менеджмента необходимо использовать в современной жизни. Т. к. времени все меньше и меньше, а дел все больше и больше, поэтому необходимо знать и применять приемы по «сохранению» времени.

Литература:

1. Добротворский И. Л. Менеджмент. Эффективные технологии. Учебное пособие. М.: Приор, 2002. — 462 с.
2. Кови Стивен. Семь навыков эффективных менеджеров. Самоорганизация, лидерство, раскрытие потенциала; Альпина Паблишер, 2012. — 123 с.
3. Кови Стивен. Восьмой навык. От эффективности к величию. Краткая версия; Альпина Паблишер, 2012. — 805 с.

Рынок труда в России

Гребенюк Таисия Алексеевна, студент;
Бусоедов Иван Александрович, студент
Дальневосточный федеральный университет

В статье рассмотрен рынок российского труда, в том числе его определение. Влияние безработицы на экономику страны, положительные и отрицательные ее последствия. Приведены возможные варианты по улучшению социально-экономического состояния страны.

Ключевые слова: рынок труда, безработица, трудоустройство

Уровень развитости государства напрямую зависит от ее социально-экономического положения. В свою очередь проблемы социально-экономического значения имеют влияние на рыночную экономику. Для России является значительной проблемой большое количество безработного населения, и как следствие социальная незащищенность, бедность среднестатистического населения.

Само понятие рынка труда следует понимать, как связь между работодателем и его потенциальным работником, заключающаяся в обсуждении оплаты и условий труда.

Для решения проблемы по трудоустройству нужно кардинально менять механизмы пользования трудовыми ресурсами. Для этого следует проделать следующие задачи:

- исследовать специфику российского рынка труда;
- изучить главные факторы безработицы;
- представить отличительные черты российской безработицы;

- провести анализ и выявить последствия безработицы;
- составить план с ее ликвидацией;

Не так уж давние события в мире, касающиеся России, оставили заметные следы на уровне занятости ее населения. Однако, данные последствия все же не столь значительны как после кризиса 2008 года. В настоящее время имеется сокращение рабочих мест, но не в столь значительной степени во первых, и во вторых уровень снижения происходил довольно плавно. Но не следует предполагать, что можно обойтись без последствий и дожидаться самопроизвольного повышения рабочих мест. Практически во всех компаниях наблюдается сокращения работы для сотрудников среднего уровня, а также снижения заработной платы.

В следующей таблице 1 представлены данные об экономической активности населения.

Таблица 1. Экономическая занятость населения в России

	2015 год				Февраль 2014 года		Февраль 2015 (+, -) к			
	Февраль		Январь		тыс. чел.	%	Февралю 2014 года		Январю 2015 года	
	тыс. чел.	%	тыс. чел.	%			тыс. чел.	%	тыс. чел.	%
Экономически активное население в возрасте 15-72 лет (рабочая сила)	75820	68, 4	75919	68, 5	75228	68, 7	-560	-0, 2	-99	-0, 1
Занятые к численности населения в возрасте 15-72 лет	71410	64, 5	71752	64, 8	70999	64, 8	-621	-0, 2	-342	-0, 3
Безработные к численности экономически активного населения	4410	5, 8	4167	5, 5	4229	5, 6	61	0, 1	243	0, 3

Из данных, приведенных в таблице, можно заключить некоторые выводы:

- За период с января по февраль 2015 года количество безработного населения увеличилось почти на 250 тысяч человек;

- Показатели относительно занятого населения изменили свои данные на 350 тысяч человек за период с января по февраль 2015 года;

- За период с 2014 по 2015 год количество работающего населения снизилось на 620 тысяч человек.

Также фактором устройства на работу являются пути ее поиска. Имеется достаточно большое количество способов поиска работы. Мы представим более популярные из них среди безработного населения. Данные представлены на рисунке 1.

Из представленного графика следует, что самый популярный способ поиска работы через друзей, знакомых

и родственников. Способы через службы трудоустройства и непосредственно через самого работодателя занимают одинаковые позиции, и ими пользуются почти по 28 % временно не работающего населения. Если сравнивать период с 2014 по 2015 год то способ поиска работы через СМИ повысил свою популярность среди безработного населения на 10 %.

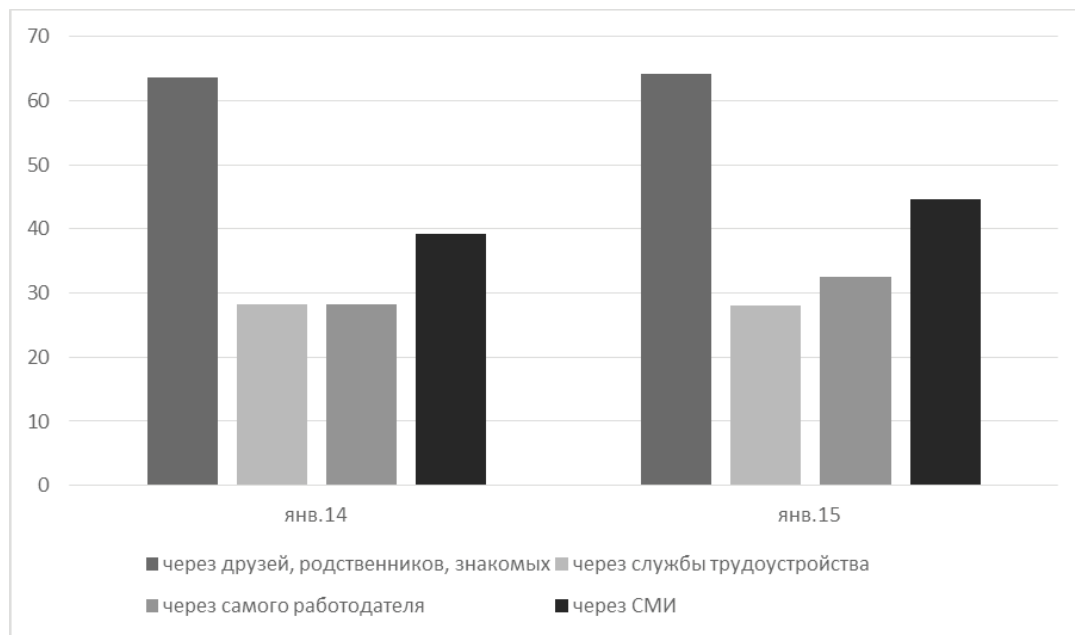


Рис. 1. Способы поиска работы

Однако имеются рабочие места, сокращение которых не будет происходить в периоды экономического спада страны, а также уровень зарплаты не снизится на значительный процент. Это профессии связанные с обеспечением жизнедеятельности населения: врачи, электрики, сварщики, инженеры, водители, а также работники, обеспечивающие работу электронно-вычислительным машинам. Для последних количество рабочих мест будет только увеличиваться, так как рынок информационных технологий набирает обороты в развитии.

В далее приведенной таблице 2 выделим специфические черты развития российского трудового рынка.

Тогда причины безработицы следующие:

- Уменьшение рабочих мест за счет автоматизации производственных процессов;
- Экономические факторы, такие как необходимость в уменьшении рабочих мест работодателем;
- Рост минимального размера заработной платы, который влечет за собой спад спроса на работников;
- Сезонность, в таких сферах как туризм;

Так как безработица это последствия экономических упадков, то она может служить показателем социально-экономического состояния в стране.

В настоящее время, в имеющихся условиях жизни практически невозможно достижение полного отсутствия безра-

ботицы, и при этом улучшения экономического состояния, потому что автоматизация производства является важной особенностью в развитии страны и вместе с тем уменьшением рабочих мест.

Также следует отметить положительные моменты, возникающие в следствии безработицы на умеренном уровне:

- Имеется резерв работников, который можно привлечь в случае открытия нового производства или увеличения имеющегося;
- Наличие у работающего населения стремления к добросовестному выполнению своей работы, как фактор защиты от ее потери.

Так как безработица портит общий показатель экономической развитости страны, то государство принимает следующие меры по ее ликвидации:

- Поддержание безработного населения пособиями;
- Создание организаций, занимающихся учетом свободных рабочих мест и безработных граждан, а также помощью в их трудоустройстве;

Получается, что в общем безработица неблагоприятно складывается на экономической обстановке в стране, но также имеет благоприятные моменты. Существуют много методов по уменьшению ее негативного влияния на экономику страны и общество, главным инициатором их использования является государство.

Таблица 2. Специфические особенности развития рынка труда в России

Высокий уровень скрытой безработицы. С одной стороны – это скрытый резерв расширения производства, а с другой – существенный фактор дестабилизации социальных отношений при ухудшении экономической конъюнктуры.
Частный сектор экономики стал крупным потребителем рабочей силы. Распространилась вторичная занятость, что способствовало появлению немало количества рабочих мест, не требующих особой квалификации, но эффективность использования стала достигаться труднее.
Наличие вынужденных переселенцев и беженцев, которые испытывают потребность в трудоустройстве.
Уменьшающаяся эффективность трудового потенциала общества: избыток рабочей силы становится все более очевидным, объем производства сокращается в большей степени, чем численность занятых.
Обусловленная простоями предприятий неполная занятость.
Значительная территориальная дифференциация занятости (различие до 10 раз).
Низкий уровень пособий по безработице.
Крайне размытые границы между официальной и теневой занятостью, а также расширение теневой занятости.
Большие различия между официально регистрируемой и общей численностью безработных.
Имеется уже сложившийся сегмент рынка труда (торгово-посредническая и финансово-банковская сферы), характеризующийся высоким уровнем монополизации, высоким уровнем заработной платы и высокими требованиями к квалификации работников.
Формирование придерживаемой модели занятости, при которой рабочая сила в производстве не используется, но и не высвобождается в другие сферы.

Чтобы решить проблему с трудоустройством населения необходимо укрепить работу по организации и поддержанию рабочих мест на необходимом уровне, то есть оказывать материальную поддержку со стороны государства и инвесторов на организации по трудоустройству и мониторингу рабочих мест, поднять уровень обучения и квалификации персонала, поддерживать социальную защиту безработным.

Для имеющейся в настоящее время обстановки рынка российского труда следует усилить акцент на работах технического плана и рабочих специальностей. Нужно улучшить состояние в учебных заведениях среднего звена, повысить минимальную заработную плату для только что окончивших обучение молодежи, создать доступ к переквалификации в различных отраслях производства. Только проводя рассмотренные меры и увеличению внимания к проблеме появиться возможность снижения уровня безработицы в стране.

Литература:

1. Волонина Н. А. Безработица молодежи // Экономика, предпринимательство и право. — 2012. — № 1 (12). — с. 9–14.
2. Закон РФ «О занятости населения в РФ» с изменениями Федеральным законом от 23 февраля 2013 года № 11-ФЗ
3. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30 декабря 2001 г. № 197-ФЗ // Справочно-правовая система «Консультант Плюс».
4. Рынок труда в 2011 году. Прогнозы на 2012. Рынок замер в ожидании. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.gabotagrad.ru> (дата обращения: 18.03.2016).
5. Азимов Т. А., Безнощук Л. Ю. Эффективное принятие управленческих решений // Молодой ученый. — 2016. — № 10. — С. 575–578.
6. Полтавская И. А., Мартиросова Н. А. Рынок труда. Проблема безработицы в России // Международная студенческая электронная научная конференция «Студенческий научный форум». — 2014.
7. Азимов Т. А., Безнощук Л. Ю., Семенова Н. К. Проблемы понятия «лидерство» // Молодой ученый. — 2016. — № 7. — С. 745–747.

Оценка финансового состояния предприятия и пути его улучшения на примере ОАО «Птицефабрика «Надеждинская»

Грибинюк Максим Викторович, студент;

Черная Юлия Александровна, преподаватель

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса, филиал в г. Артеме

В настоящей статье рассмотрены основные положения анализа финансового состояния предприятия, проведена оценка финансового состояния предприятия ОАО «Птицефабрика «Надеждинская», а также предложен проект мероприятий, направленных на улучшение финансового состояния данного предприятия.

Ключевые слова: финансовое состояние, анализ технико-экономических показателей, анализ ликвидности и платежеспособности, оценка деловой активности, анализ финансовой устойчивости, оценка экономической эффективности

Финансовое состояние является важнейшей характеристикой степени эффективности проведения экономической деятельности организации, поэтому так важно понимать значение и правильно оценивать финансовое состояние предприятия. В работах Аньшиной В. М., Бочарова В. В., М.С Кувшинова, Савицкой Г.В, дан категориальный анализ определения финансового состояния организации. Финансовое состояние организации — категория, отражающая состояние капитала в процессе его кругооборота в фиксированный момент времени [2]. Характеризует способность предприятия к саморазвитию и самофинансированию. Финансовое состояние, как правило, определяет потенциал предприятия: положение как в конкурентной (внешней) среде, так и определяет уровень гарантии экономических интересов, что играет огромную роль в вопросах делового сотрудничества. Таким образом, можно отметить, что состояние определяется эффективностью управления предприятием своими финансовыми ресурсами.

Финансовое состояние может быть устойчивым, неустойчивым и кризисным. Устойчивое состояние достигается непрерывно, в процессе всей деятельности предприятия и характеризуется способностью предприятия своевременно производить платежи и в случае чего, переносить наступление непредвиденных обстоятельств. И, конечно же, финансово устойчивое предприятие не вступает в конфликт с обществом и своевременно уплачивает различные отчисления, такие как налоги, пошлины, сборы, взносы в фонды, а также заработную плату рабочим и дивиденды акционерам [1].

Анализ финансового состояния любого предприятия представляет собой инструмент для принятия управленческих решений, является одной из связующих управленческих функций. В ходе анализа обосновываются те или иные управленческие действия и оценивается их экономическая эффективность.

Стабильное финансовое состояние формируется в течение всей деятельности предприятия. На финансовое состояние влияет множество факторов [5]. Также на финансовое состояние оказывает влияние степень выполнения производственного плана и другие показатели, имеющие натурально-вещественную природу. Если про-

изводственные, а также финансовые планы выполняются, то это позитивно сказывается и на финансовом состоянии предприятия. Поэтому устойчивое финансовое состояние не возникает просто так: оно формируется под воздействием многих факторов, включающих грамотное распределение ресурсов, грамотное управление ими и привлечение [6]. Применительно к эффективности управления социально-экономическими объектами можно отметить, что исследование данного вопроса имеет значительный задел в макроэкономике — на уровне региональных и национальных систем. Так, в работе В. В. Колмакова убедительно доказывается необходимость выстраивания эффективных управленческих механизмов и моделируются последствия нарушения принципов эффективности. Очевидно, что эти принципы могут быть адаптированы и к проблематике управления финансовым состоянием хозяйствующего субъекта [3]. Поэтому финансовое состояние предприятия приобретает особую актуальность в условиях рынка. Чтобы выжить в условиях рыночной экономики и не допустить банкротства предприятия, нужно знать, как управлять финансами, какой должна быть структура капитала по составу и источникам образования, какую долю должны занимать собственные средства, а какую — заемные.

Предприятие «Птицефабрика «Надеждинская» является открытым акционерным обществом. Основным видом деятельности организации является — разведение сельскохозяйственной птицы. В работе был проведен анализ финансового состояния ОАО «Птицефабрика «Надеждинская» за три исследуемых периода (2013, 2014 и 2015 года) по результатам которого можно сказать, что предприятие находится в кризисном финансовом состоянии. Такой вывод позволили сделать: анализ технико-экономических показателей, анализ прибыли и рентабельности, анализ ликвидности баланса, деловой активности и коэффициентов финансовой устойчивости.

Технико-экономический анализ имеет важное значение в хозяйственном руководстве производством, в его организации и совершенствовании. Это объясняется тем, что он позволяет осуществить контроль за выполнением плана производства, определить влияние отдельных факторов на результаты деятельности предприятия, использования

материальных, трудовых, временных и финансовых ресурсов, а также выявить имеющиеся в хозяйстве возможности повышения эффективности производства [4, с.77].

Анализ технико-экономических показателей ОАО «Птицефабрика «Надеждинская» за 2013–2015 годы, представлен в таблице 1.

Таблица 1. Анализ технико-экономических показателей ОАО «Птицефабрика «Надеждинская» 2013–2015 годы (в тысячах рублей)

Показатель	2013	2014	2015	Отклонение			
				Абсолютное, (+/-)		Относительное, (%)	
				2014к	2015к	2014к	2015к
				2013	2014	2013	2014
Выручка	386 098,0	429 538,0	431 593,0	43 440,0	2055,0	111,2	100,4
Себестоимость продаж	(377 326,0)	(437 835,0)	(493 222,0)	60 509,0	55 387,0	(116,0)	(112,6)
Коммерческие расходы	(3511,0)	(4 422,0)	(5 118,0)	911,0	696,0	(126,0)	(115,7)
Валовая прибыль	8 772,0	(8 297,0)	(61 629,0)	-17 069,0	-53 332,0	(94,5)	(742,7)
Прибыль (убыток) от продаж	5 261,0	(12 719,0)	(66 747,0)	-17 980,0	-54 028,0	(241,7)	(524,8)
Затраты на 1 руб. реализованной продукции	0,98	1,0	1,14	0,02	0,14	102,0	114,0
Среднесписочная численность работников	256,0	263,0	289,0	7,0	26,0	102,7	110,0
Чистая прибыль (убыток)	1 885,0	(14 081,0)	(67 358,0)	-15 966,0	-53 277,0	(747,0)	(478,3)
Среднегодовая стоимость основных фондов	848 736,0	871 962,0	893 655,0	23 226,0	21 693,0	102,7	102,5
Ср. годовая выработка 1 работника	1508,2	1633,2	1493,4	125,0	-139,8	108,3	91,4
Фонд оплаты труда	63 287,0	63 921,0	76 706,0	634,0	12 785,0	101,0	120,0
Фондоотдача	0,45	0,49	0,48	0,04	-0,01	109,0	98,0
Ср. год. з/пл. на 1 работника, руб.	247,2	243	265,4	-4,2	22,4	98,3	109,2
Рентабельность продаж, %	1,0	-2,9	-15,4	-3,9	-12,5	(290,0)	(531,0)

В ходе анализа технико-экономических показателей ОАО «Птицефабрика «Надеждинская» за 2013–2015 гг. было выявлено, несколько негативных показателей. А именно увеличение себестоимости продаж на 12,6 % и затрат на 1 рубль реализованной продукции на 14 %, снижение валовой прибыли на 53 332 тысяч рублей или 742,7 %, чистой прибыли на 53 277 тыс., прибыли от продаж на 54 028 тыс. рублей. Все это свидетельствует об неэффективном хозяйствовании, снижении эффективности использования его ресурсов и о наличии проблем в деятельности предприятия и его управлении. Тем не менее, следует отметить, и положительные показатели деятельности такие как, увеличение численности работников на 33 человека или 12,8 % и фонда оплаты труда на 13 419 тыс. рублей (в 2015 г. по сравнению с 2013 г.).

Рассмотрим структуру активов и пассивов ОАО «Птицефабрика «Надеждинская». Для анализа статей актива воспользуемся таблицей 2.

Проанализировав структуру активов и пассивов баланса ОАО «Птицефабрика «Надеждинская», были выявлены, как положительные, так и отрицательные тенденции. К отрицательным можно отнести:

- уменьшение совокупных активов на 7,9 % (в период с 2013–2015 гг.), что может свидетельствовать об уменьшении хозяйственного оборота;
- рост денежных средств на 156,8 %, это может свидетельствовать о неумении организации использовать собственные денежные средства;
- что касается статьи запасов, то здесь наблюдается рост в 2015 году на 14 467 тыс. руб. или на 7,2 %. Увеличение запасов может свидетельствовать, как об росте объема производства, так и о наличии сверхнормативных запасов;
- увеличение дебиторской задолженности на 74,8 % (в 2015 г. по сравнению с 2014 г.), это свидетельствует о низкой оборачиваемости активов и отрицательно влияет на работу организации;
- уменьшение собственного капитала на 67 358 тыс. руб. или 61,9 %, в период с 2014–2015 годы, что говорит об относительном падении финансовой устойчивости предприятия, и, следовательно, о повышении финансовых рисков.

Таблица 2. Аналитическая группировка и анализ статей актива баланса
ОАО «Птицефабрика «Надеждинская» за 2013–2015 годы (в тысячах рублей)

Наименование статей баланса	2013	2014	2015	Отклонение				Темп прироста, (%)	
				Абсолютное, (+/-)		Относительное, (%)		2014	2015
				2014 к 2013	2015 к 2014	2014 к 2013	2015 к 2014		
Внеоборотные активы	638871,0	614086,0	583233,0	-24785,0	-30853,0	96,1	95,0	-3,9	-5,0
Основные средства в организации	638829,0	614066,0	583221,0	-24763,0	-30845,0	96,1	95,0	-3,9	-5,0
Прочие внеоборотные активы	42,0	20,0	12,0	-22,0	-8,0	47,6	60,0	-52,4	-40,0
Оборотные активы:	272521,0	225437,0	257669,0	-47084,0	32232,0	82,7	114,3	-17,3	14,3
в том числе запасы	222214,0	201943,0	216410,0	-20271,0	14467,0	90,9	107,2	-9,1	7,2
Дебиторская задолженность	47753,0	21914,0	38309,0	-25839,0	16395,0	45,9	174,8	-54,1	74,8
Денежные средства	109,0	250,0	642,0	141,0	392,0	229,3	256,8	129,3	156,8
Суммарный актив	911392,0	839523,0	840902,0	-71869,0	1379,0	92,1	100,2	-7,9	0,2

К положительным относится: стабильность уставного, резервного и добавочного капитала, а также, преобладание долгосрочных обязательств в структуре заемных средств, является положительным фактором, который характеризует эффективную структуру баланса.

Необходимо провести оценку деловой активности. В таблице 3 представлен расчет и анализ динамики коэффициентов оборачиваемости (деловой активности) ОАО «Птицефабрика «Надеждинская» за 2014–2015 годы.

Таблица 3. Анализ оборачиваемости средств ОАО «Птицефабрика «Надеждинская» за 2014–2015 годы

Наименование показателя	2014	2015	Изменения	
			Абсолют. отклонение (+/-)	Относит. отклонение, (%)
Коэффициент оборачиваемости активов, раз	0,49	0,51	0,02	104,0
Коэффициент оборачиваемости основных средств (фондоотдача), раз	0,49	0,48	-0,01	97,9
Коэффициент оборачиваемости оборотных активов, раз	1,7	1,8	0,1	105,9
Коэффициент оборачиваемости денежных средств, раз	2393,0	968,0	-1425,0	40,4
Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности, раз	12,3	11,2	-1,1	91,0
Период оборота дебиторской задолженности, дни	29,0	32,0	3,0	110,0
Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности, раз	4,1	2,5	-1,6	60,9
Период оборота кредиторской задолженности, дни	88,0	144,0	56,0	163,6
Коэффициент оборачиваемости запасов, раз	2,0	2,0	0	100,0
Период оборота запасов, дни	180,0	180,0	0	100,0

Оценка оборачиваемости (деловой активности) ОАО «Птицефабрика «Надеждинская» выявила много отрицательных показателей (низкое значение коэффициента оборачиваемости активов, снижение фондоотдачи на 2,1 %, коэффициента оборачиваемости кредиторской задолженности на 39,1 % и коэффициента оборачиваемости денежных средств на 59,6 %), которые говорят о высокой зависимости предприятия в финансировании своего производственного процесса, об уменьшении эффективности использования оборудования, о нерациональности использования высоко-

ликвидного имущества организации, об увеличении покупок в кредит. Таким образом, можно сделать вывод о том, что предприятие ОАО «Птицефабрика «Надеждинская» недостаточно эффективно использует свои средства.

Анализ ликвидности и платежеспособности ОАО «Птицефабрика «Надеждинская» за 2013–2015 годы, показал, что значения общего показателя ликвидности (0,2), коэффициента абсолютной ликвидности (0,004), коэффициента срочной ликвидности (0,2), в анализируемом периоде приняли близкие к нулю значения. Подобные значения

коэффициентов показывают, что организация не имеет возможности своевременно погасить наиболее срочные обязательства за счет наиболее ликвидных активов, в результате чего возникла постоянная потребность в привлечении источников внешнего финансирования. Таким образом, баланс предприятия неликвиден, у предприятия нет собственных средств, т. е. предприятие не может погасить свои долги.

В ходе анализа прибыли и рентабельности ОАО «Птицефабрика «Надеждинская» были сделаны следующие выводы. Основная деятельность ОАО «Птицефабрика «Надеждинская» в анализируемом периоде была убыточной, так как себестоимость продаж превышает выручку предприятия. Кроме того, следует отметить, что незначительный рост выручки предприятия на фоне снижения чистой прибыли говорит об неэффективном хозяйствовании, снижении эффективности использования его ресурсов. Прибыль (убыток) от продаж демонстрирует негативную динамику, что свидетельствует о снижении рентабельности продукции и относительном увеличении издержек производства и обращения. Чистая прибыль (убыток) предприятия в отчетном периоде значительно уменьшилась и имеет отрицательное значение –67 358 тыс. рублей, это говорит о том что, по итогам 2015 г. предприятие находится в кризисном положении.

Кроме того, проанализировав показатели рентабельности ОАО «Птицефабрика «Надеждинская» за 2014–2015 годы, можно сделать вывод, что все имеют отрицательное значение и динамику:

- рентабельность продаж за анализируемый период уменьшилась и в 2015 г. составила –2,9 %, т. е. предприятие считается не рентабельным. Таким образом, можно констатировать снижение доходности вложений в основное производство за анализируемый период;
- за исследуемый период фондорентабельность уменьшилась на 8,9 % и на конец 2015 года составила –11,1 %, это свидетельствует о снижении эффективности использования основных фондов.
- рентабельность основной деятельности, в анализируемом периоде уменьшилась на конец периода составила –13,2 %. В целом, отрицательная рентабельность — это важный сигнал для руководства предприятия ОАО «Птицефабрика «Надеждинская», она демонстрирует процент убыточности производства или продаж на каждый вложенный рубль в товар;
- рентабельность собственного капитала в 2015 году уменьшилась и по сравнению с 2014 годом составила –162,2 %. Отрицательная динамика данного коэффициента отражает неэффективный характер использования собственных средств с точки зрения доходности;
- рентабельность перманентного капитала, также уменьшилась и имеет отрицательное значение –9,4 %.

Для оценки финансовой устойчивости применяется система коэффициентов, представленных в таблице 4.

Таблица 4. Анализ финансовой устойчивости ОАО «Птицефабрика «Надеждинская» за 2014–2015 годы (в тысячах рублей)

Наименование показателя	2014	2015	Изменения	
			Абсолют. отклонение (+/-)	Относительное отклонение, (%)
Собственный капитал	108 868,0	41 510,0	-67 358,0	38,1
Заемный капитал	730 655,0	799 392,0	68 737,0	109,4
Текущие пассивы	70 981,0	173 547,0	102 566,0	244,5
Долгосрочные пассивы	659 674,0	625 845,0	-33 829,0	94,8
Внеоборотные активы	614 086,0	583 233,0	-30 853,0	95,0
Собственные оборотные средства	-505 218,0	-624 743,0	-119 525,0	123,6
Коэффициент финансирования	0,1	0,05	-0,05	50,0
Коэффициент автономии	0,1	0,05	-0,05	50,0
Коэффициент маневренности собственных средств	-4,6	-15,0	-10,4	326,0
Коэффициент финансовой устойчивости (0,8–0,9)	0,9	0,8	-0,1	88,9

Финансовый анализ устойчивости показал, что ОАО «Птицефабрика «Надеждинская» по итогам 2015 года имеет кризисное финансовое состояние и находится на грани банкротства, в данной ситуации необходимо срочно применить меры для вывода предприятия из данного состояния.

Таким образом, в результате обобщающего анализа финансового состояния, можно сделать вывод, о кризисном положении предприятия. В этой фазе рекомендуется уделить достаточное внимание анализу финансового состояния предприятия, который желательно проводить ежеквартально. В результате финансового анализа необходимо

определять и анализировать прогнозные значения прибыли и убытков, разрабатывать прогноз движения наличных средств. Затем целесообразно составлять прогноз баланса активов и пассивов по форме балансового отчета, который является хорошей проверкой прогноза прибыли, убытков и движения наличных средств. По данным этих прогнозов следует рассчитывать финансовые коэффициенты, которые позволяют оценить платежеспособность, финансовое положение, финансовую стабильность и устойчивость. Анализ этих коэффициентов и показателей может вызвать необходимость разработки нового варианта финансового плана.

На основе сделанных выводов можно предложить проект мероприятий, направленных на улучшение финансового состояния ОАО «Птицефабрика «Надеждинская»:

1. нормирование запасов предприятия;
2. повышение прибыли за счет сдачи складских помещений в аренду.

Итак, рассчитав норму запасов было выявлено, что запасы уменьшились на 28 911,4 тыс. руб. Увеличился коэффициент оборота запасов на 0,2 оборота, то есть запасы стали оборачиваться быстрее и не залеживаться на складах тем самым замораживая денежные средства предприятия. Общая сумма высвободившихся средств из оборота составила 17 949,8 тыс. руб., это значит, что увеличились денежные средства предприятия.

Кроме того, для получения прибыли предприятие сдает неиспользуемое складское помещение в аренду. Таким образом, ОАО «Птицефабрика «Надеждинская» от сдачи в аренду складского помещения площадью 1118 кв. м., сможет получить за год прибыль в размере 2 929,3 тыс. рублей. Следовательно внедрение данного мероприятия позволит увеличить выручку предприятия на 0,9 %, внереализационные доходы на 25,8 %, прибыль от внереализационных операций на 139,5 %, а также повысить прибыль от продаж на 5,6 % и чистую прибыль на 4,4 %.

Для оценки эффективности предложенных мероприятий были рассчитаны: технико-экономические показатели, коэффициенты оборачиваемости, коэффициенты

рентабельности, коэффициенты финансовой устойчивости. Определен тип финансовой устойчивости. Рассчитана платежеспособность и ликвидность предприятия ОАО «Птицефабрика «Надеждинская».

Полученные результаты показывают, что после внедрения мероприятий предприятие стало определено по типу неустойчивого финансового состояния.

По результатам проведенного анализа эффективности предложенных мероприятий по улучшению финансового состояния предприятия, можно сделать вывод о том, что возросли основные технико-экономические показатели, такие как выручка от продаж на 0,9; прибыль (убыток) от продаж на 5,9 % и чистая прибыль на 4,4 %. Все коэффициенты ликвидности в прогнозном году имеют положительную динамику. Кроме того, все коэффициенты оборачиваемости в прогнозном периоде имеют положительную динамику и можно сделать вывод о том, что предприятие ОАО «Птицефабрика «Надеждинская» стало эффективнее использовать свои средства. Коэффициент оборачиваемости активов увеличился в процентном отношении на 1,9 %, фондоотдача увеличилась на 2 %, коэффициент оборачиваемости запасов увеличился на 15 %, коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности увеличился на 0,9 %, коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности увеличился на 16 %.

Рентабельность продаж увеличилась на 1 %, рентабельность собственного капитала на 17,3 %, рентабельность активов на 0,3 %, рентабельность основной деятельности на 0,6. Кроме того, все коэффициенты финансовой устойчивости улучшили свои показатели. По данным рассматриваемого предприятия коэффициент финансирования увеличился на 0,01 или 20 %, коэффициент маневренности увеличился на 2,9 или 19,4 %. В заключении следует отметить, что оценка эффективности предложенных мероприятий показала положительные результаты, поэтому предприятию целесообразно внедрить данные мероприятия, что в итоге позволит улучшить финансовое состояние ОАО «Птицефабрика «Надеждинская».

Литература:

1. Артюхова А. В., Литвин А. А. Анализ финансового состояния предприятия: сущность и необходимость проведения // Молодой ученый. — 2015. — № 11. — 747 с.
2. Ковалев, А. И. Анализ финансового состояния предприятия / А. И. Ковалев, В. П. Привалов — М.: Центр экономики и маркетинга, 2015. — 139 с.
3. Колмаков В. В., Коворин С. Ю. Совершенствование подходов и методик анализа финансового состояния предприятия // Вестник НГИЭИ. 2015. — № 5. — 48 с.
4. Проблемы экономики и управления предприятиями, отраслями, комплексами: монография. Книга 30 / Е. Н. Волк, Б. Даулетбаков, Е. В. Джамай и др. / под общ. ред. С. С. Чернова. — Новосибирск: Изд-во ЦРНС, 2016. — 220 с.
5. Царева Н. А. Оценка потребностей и потенциала региональных субъектов малого и среднего предпринимательства в сфере международного и межрегионального сотрудничества: на материалах социологического исследования проведенного в Приморском крае // Экономика и предпринимательство. — 2015. — № 1 (54). — С. 981–987.
6. Шестак О. И. Стратегический подход к развитию малого и среднего предпринимательства на региональном уровне (на примере Приморского края) // Экономика и менеджмент систем управления. — 2015. — № 3.1. — С. 183–196.

Методы стимулирования в современных условиях на примере организации работы государственных и муниципальных служащих Ханты-Мансийского автономного округа — Югры

Гусельникова Ольга Юрьевна, студент

Уральский институт управления — филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации

Система управления персоналом на государственной и муниципальной службе в настоящее время переживает состояние поэтапного усложнения и совершенствования, что обусловлено комплексом причин. В первую очередь, это связано с тем, что усложняется управленческий труд на государственной и муниципальной службе. Во-вторых, персонал является наиболее сложным объектом управления в организации. Также, в связи со структурными изменениями в экономике в целом, изменяется и сама система ценностей общества. Данные факторы обуславливают необходимость внедрять новые способы стимулирования труда, искать те из них, которые наиболее полным образом удовлетворили бы потребности служащих, способствуя активизации потенциала каждого управляющего. Таким образом, проблема определения мотивации и проблема выбора эффективных методов стимулирования в современных условиях занимает одно из ведущих мест в теории управления персоналом.

Понятие «мотивация» и «стимулирование» необходимо разграничивать. Мотивация, прежде всего, — процесс побуждения служащего к работе путем воздействия на его внутренние желания и потребности, а стимулирование — это внешнее воздействие на сотрудника со стороны руководителя, с целью побуждения его к активной службе именно в этой организации. Таким образом, стимулирование является одним из способов осуществления мотивации в организации.

Процесс мотивации — это комплекс мер, направленный на повышение уровня заинтересованности сотрудника, на получение положительного эффекта для обеих сторон процесса вследствие удовлетворения потребностей. Стимулирование, в свою очередь понимается как «метод воздействия на трудовое поведение с помощью поощрения и санкций, которые призваны обеспечивать либо повиновение человека вообще, либо целенаправленность его действий путем ограничения или, наоборот, улучшения возможностей удовлетворения потребностей» [10].

В настоящее время различают экономические и неэкономические стимулы. Очевидно, что экономические стимулы заключается в мотивации труда виде его оплаты, т. е. заработной платы, наличии премиальных выплат и др. Что касается неэкономических стимулов, то по отношению к государственным и муниципальным служащим могут применяться различные рычаги-мотиваторы. Среди классических выделим общественное порицание, похвалу, выдачу грамот, размещение на «Доске почета». Подчеркнем, что главной задачей руководителя является выявление тех рычагов, ко-

торые наиболее полным образом активизировали бы потенциал сотрудника, в связи с чем актуализируется вопрос об индивидуальном исследовании системы ценностей и мотивов отдельных сотрудников.

Мотивация государственных и муниципальных служащих выступает как система профессионально-личностных установок служащего на выполнение им своих служебных обязанностей, складывающаяся на основе различных потребностей (самореализации, профессионального развития и должностного роста, социально-статусного и материального самоудовлетворения и т. п.)

Мотивирование служащих посредством использования материальных способов стимулирования предполагает, что экономические стимулы связаны с дополнительными выгодами, получаемыми в результате выполнения предъявляемых им требований. Выгоды эти могут быть прямыми (денежный доход) или косвенными, облегчающими получение прямых (свободное время, позволяющее работать в другом месте). К видам экономического стимулирования наемных работников относятся, помимо различных форм и систем заработной платы, премиальные и прочие выплаты и льготы. Их функции — привлечение и закрепление сотрудников, повышение эффективности их работы.

В соответствии с п. 1 ст. 50 Федерального закона от 27.07.2004 № 79-ФЗ «О государственной гражданской службе Российской Федерации», «оплата труда гражданского служащего производится в виде денежного содержания, являющегося основным средством его материального обеспечения и стимулирования профессиональной служебной деятельности по замещаемой должности гражданской службы» [2]. При этом денежное содержание гражданского служащего состоит из месячного оклада в соответствии с замещаемой им должностью гражданской службы (должностной оклад) и месячного оклада в соответствии с присвоенным классным чином гражданской службы (оклад за классный чин), которые составляют оклад месячного денежного содержания гражданского служащего (оклад денежного содержания). Федеральным законом также предусмотрен широкий перечень дополнительных выплат, направленных на формирование чувства лояльности, преданности своему делу, на активизацию трудового сознания и на мобилизацию творческого потенциала служащих.

Так, в соответствии с п. 5 ст. 50 указанного закона к дополнительным выплатам относятся [2]:

- 1) ежемесячная надбавка к должностному окладу за выслугу лет на гражданской службе

- 2) ежемесячная надбавка к должностному окладу за особые условия гражданской службы в размере до 200 процентов этого оклада;
- 3) ежемесячная процентная надбавка к должностному окладу за работу со сведениями, составляющими государственную тайну, в размерах и порядке, определяемых законодательством Российской Федерации;
- 4) премии за выполнение особо важных и сложных заданий, порядок выплаты которых определяется представителем нанимателя с учетом обеспечения задач и функций государственного органа, исполнения должностного регламента (максимальный размер не ограничивается);
- 5) ежемесячное денежное поощрение;
- 6) единовременная выплата при предоставлении ежегодного оплачиваемого отпуска и материальная помощь, выплачиваемые за счет средств фонда оплаты труда гражданских служащих.

Отличием государственной гражданской службы является также разработанная система гарантий и компенсация труда служащих.

Что касается оплаты труда муниципальных служащих, то рассмотрение мотивации данной категории работников более интересно в региональном разрезе, поскольку Федеральным законом от 02.03.2007 № 25-ФЗ (ред. от 28.11.2015) «О муниципальной службе в Российской Федерации» установлено, что «оплата труда муниципального служащего производится в виде денежного содержания, которое состоит из должностного оклада муниципального служащего в соответствии с замещаемой им должностью муниципальной службы (должностной оклад), а также из ежемесячных и иных дополнительных выплат, определяемых законом субъекта Российской Федерации» [3]. На муниципальной службе также широко используется инструмент гарантий и компенсаций, так, к примеру, «в области пенсионного обеспечения на муниципального служащего в полном объеме распространяются права государственного гражданского служащего, установленные федеральными законами и законами субъекта Российской Федерации» [3].

Что касается моральных и социальных стимулов, то на практике нематериальные льготы могут иметь большее значение в увеличении ответственности сотрудников по отношению к организации, чем материальные. Трудовым кодексом Российской Федерации предусмотрено, что работодатель вправе поощрять работников, «добросовестно исполняющих трудовые обязанности» [1]. Среди перечисленных способов поощрения особое внимание законодатель уделил моральному стимулированию — «объявление благодарности, награждение ценным подарком, почетной грамотой, представление к званию лучшего по профессии» [1].

Отметим, что нематериальные виды поощрения связаны с потребностью индивида в личном признании, в желании совершенствоваться путем всестороннего развития и обучения. Однако на сегодняшнем этапе развития госу-

дарственной и муниципальной службы в Российской Федерации дополнительные формы вознаграждения используются недостаточно, не в полной мере, многие субъекты и муниципалитеты не уделяют данному вопросу должного внимания.

Организация эффективной системы стимулирования труда на сегодняшний день должна наиболее полным образом быть ориентирована на индивидуальные интересы сотрудников и быть максимально гибкой. Однако необходимо признать, что любая организация в процессе осуществления управленческой деятельности сталкивается с достаточно жестким ограничением источников стимулирования, и в такой ситуации большее внимание следует уделять программам нематериального стимулирования, а также объединению программ стимулирования и социальной защиты.

Один из основополагающих принципов стимулирования труда государственных и муниципальных служащих — принцип правовой и социальной защищенности муниципальных служащих. Подчеркнем, что законодательство Ханты-Мансийского автономного округа — Югры в части освещения вопросов мотивации и стимулирования служащих округа обеспечивает преемственность интересов и защиту гарантий, предусмотренных федеральными законами.

Специфика системы стимулирования государственных гражданских служащих определяется действующими региональными законами на территории автономного округа. Закон ХМАО — Югры от 31.12.2004 № 97-оз «О государственной гражданской службе Ханты-Мансийского автономного округа — Югры» предусматривает, что гражданским служащим в порядке, размерах и на условиях, установленных Губернатором Ханты-Мансийского автономного округа — Югры, предоставляются следующие дополнительные государственные гарантии [5]:

- 1) дополнительное профессиональное образование с сохранением на этот период замещаемой должности гражданской службы и денежного содержания;
- 2) транспортное обслуживание, обеспечиваемое в связи с исполнением должностных обязанностей в соответствии с федеральным законодательством;
- 3) единовременная субсидия на приобретение жилого помещения один раз за весь период прохождения гражданской службы;
- 4) предоставление к ежегодному оплачиваемому отпуску льготной путевки на санаторно-курортное лечение и льготной путевки детям гражданского служащего, а также оплата проезда к месту санаторно-курортного лечения.

Таким образом, помимо гарантий, предусмотренных федеральным законодательством, действуют региональные меры поддержки, направленные на развитие человеческого капитала, на поддержание социального статуса государственных служащих и на обеспечение материальной помощи служащим округа. Отметим также, что поскольку

Ханты-Мансийский автономный округ — Югра является субъектом, чья территория отнесена к районам Крайнего Севера и приравненным к ним местностям, то предусмотрены также выплаты компенсационного характера: повышенный районный коэффициент к заработной плате и ежемесячная процентная надбавка за работу в районах Крайнего Севера и приравненных к ним местностях.

Повышение лояльности, формирование преданности государственной службе обеспечивается на территории округа также и за счет организации пенсионного обеспечения гражданского служащего: так, к примеру, «за каждый полный год стажа гражданской службы сверх 15 лет пенсия за выслугу лет увеличивается на 3 процента среднемесячного заработка» [5].

В отношении регулирования деятельности муниципальных служащих в автономном округе принят Закон ХМАО — Югры от 20.07.2007 № 113-оз «Об отдельных вопросах муниципальной службы в Ханты-Мансийском автономном округе — Югре». Согласно данному закону, за безупречную и эффективную муниципальную службу применяются следующие виды поощрений и награждений [7]:

- 1) объявление благодарности;
- 2) единовременное денежное поощрение;
- 3) награждение ценным подарком;
- 4) награждение почетной грамотой;
- 5) присвоение почетного звания.

Заметим, что данный перечень полностью повторяет виды награждения, предусмотренные Трудовым кодексом РФ, однако перечень не является закрытым: виды поощрений и награждений, а также порядок их применения устанавливаются муниципальными правовыми актами.

В качестве одной из рекомендаций совершенствования политики стимулирования государственных и муниципальных служащих Ханты-Мансийского автономного округа — Югры можно также выделить развитие нематериального стимулирования как основы продуктивного со-

действия должностному и профессиональному росту служащих. «В системе мотивации государственных служащих необходимо развитие немонетарных методов стимулирования (признание личностных профессиональных заслуг государственного служащего путем закрепления института наставничества, обеспечение преемственности в работе государственных органов и быстрой адаптации новых сотрудников), совершенствование социального и пенсионного обеспечения государственных служащих» [11]

В отличие от многих других регионов России, Ханты-Мансийский автономный округ большое внимание уделяет такому инструменту, виду гарантий, как образование. Среди дополнительных гарантий, предоставляемые муниципальному служащему предусмотрена «переподготовка и повышение квалификации за счет средств бюджета соответствующего муниципального образования с сохранением денежного содержания на период обучения по замещаемой должности» [7].

Выбор и внедрение данного механизма в систему стимулирования государственных и муниципальных служащих является закономерным шагом. В рамках реализации административной реформы на территории округа была организована работа по определению мотивации профессиональной деятельности, в ходе чего были изучены результаты тестирования 125 государственных гражданских служащих, прошедших аттестацию в период с 1 октября 2006 года по 30 апреля 2007 года.

При исследовании мотивационной сферы служащих автономного округа был использован «Тест Индивидуальной Мотивации», направленный на выявление основных мотивов, стимулирующих государственных гражданских служащих в процессе трудовой деятельности. Методика разработана лабораторией «Гуманитарные технологии» на базе факультета психологии МГУ им. М. В. Ломоносова [9].

Основные результаты оценки отражены в работе Бедункевич Н. А., в графическом виде могут быть представлены следующим образом (рис. 1):

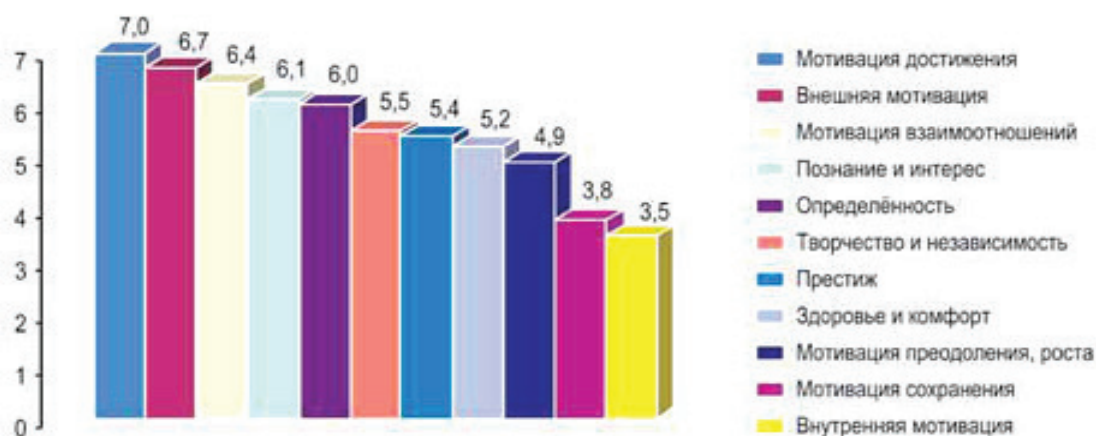


Рис. 1. Мотивационная направленность гражданских служащих автономного округа в профессиональной деятельности [9]

Анализ полученных результатов позволяет говорить о готовности государственных гражданских служащих достигать относительно высоких результатов в своей профессиональной деятельности, об их стремлении к новым знаниям и приобретению нового опыта. В то же время, активная деятельность служащих (по состоянию на 2007) год была во многом связана с повышенной материальной отдачей, хорошим финансовыми и карьерными возможностями, с наличием социальных льгот и личных выгод.

Исследование также показало, что служащие округа ценят возможность общения со своими коллегами, возможность взаимодействия, важным является и психологический климат в коллективе и учреждении в целом. Но не смотря на готовность проявлять свои возможности, служащие недостаточно стремились осуществлять сложные и рискованные планы, идеи и проекты, принимая на себя долю ответственности за их исполнение.

В целом необходимо подчеркнуть, что данное исследование позволило выявить, что для служащих округа важно социальное обеспечение, наличие гарантий и компенсации на государственной службе. Большая роль отводится материальному стимулированию, но сотрудники ценят престижности своего положения или статуса, выполняемой работы, общественная значимость и признание со стороны руководства.

Также немаловажным является учет того, что прохождение государственной службы — это, своего рода, гарантия социальной защищенности и уверенности в завтрашнем дне.

Существующая система стимулирования труда во многом соответствует тем данным, которые были получены в результате исследования, сопряженного с изменениями в государственной структуре. Однако хочется отметить, что в современном мире протекание процессов очень динамично и важно систематически отслеживать уровень удовлетворенности персонала, что позволит своевременно акцентировать внимание на возникающих потребностях и координировать систему стимулирования должным образом.

Более того, приоритетным направлением работы является изучение социально-психологических особенностей мотивации труда муниципальных служащих. В настоящее время происходит локальное изучение данных вопросов,

однако не вызывает сомнений тот тезис, что необходимо внедрение новых систем мотивации труда работников муниципальных образований на основе изучения структуры их потребностей. Напомним, что «можно выделить три основных вида ориентации служащих: ориентацию на саму работу как деятельность, ориентацию на вознаграждение за работу и ориентацию на карьеру, то есть на служебную перспективу. Естественно, названные ориентации разделяются лишь в аналитических целях, тогда как на практике чаще всего наблюдается сочетание в различных пропорциях и в различной иерархии всех трех названных видов ориентации» [12].

В заключение следует подчеркнуть, что в Российской Федерации система мотивации и стимулирования изучена недостаточно, однако западные ученые занимаются разработкой данного вопроса на протяжении длительного времени и на сегодняшний день сформулировали некоторые рекомендации по совершенствованию практики мотивации. М. Армстронг отмечает, что целесообразно [8]:

- применять различные стимулы, так как одни и те же надоедают сотрудникам и плохо их мотивируют; выявить те, что дают наибольший эффект;
- учитывать, что большие и редкие награды вызывают зависть, а небольшие и частые приносят удовлетворение;
- создавать атмосферу взаимного доверия, обратную связь;
- предоставлять новые возможности для продвижения в должности, роста заработной платы;
- защищать здоровье и обеспечивать благоприятные условия труда;
- справедливо распределять награды (их неполучение также влияет на поведение), не награждать всех одинаково;
- увеличивать премиальную часть оплаты труда;
- объяснить, что именно люди должны исправлять и что делать, чтобы получить поощрение;
- добиваться, чтобы применяемые стимулы позволили получить удовлетворение от работы;
- всегда замечать хорошую работу и выражать людям личную благодарность;
- подбадривать работников и не ругать за небольшие промахи и ошибки.

Литература:

1. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 № 197-ФЗ (ред. от 30.12.2015).
2. Федеральный закон от 27.07.2004 № 79-ФЗ (ред. от 30.12.2015, с изм. от 23.05.2016) «О государственной гражданской службе Российской Федерации».
3. Федеральный закон от 02.03.2007 № 25-ФЗ (ред. от 15.02.2016) «О муниципальной службе в Российской Федерации».
4. Устав (Основной закон) Ханты-Мансийского автономного округа — Югры от 26.04.1995 № 4-оз (принят Думой Ханты-Мансийского автономного округа 26.04.1995) (ред. от 30.01.2016).
5. Закон ХМАО — Югры от 31.12.2004 № 97-оз (ред. от 31.03.2016) «О государственной гражданской службе Ханты-Мансийского автономного округа — Югры» (принят Думой Ханты-Мансийского автономного округа — Югры 25.12.2004).

6. Постановление Губернатора ХМАО — Югры от 30.11.2005 № 147 (ред. от 23.03.2013) «Об утверждении Положения о порядке и условиях выплаты единовременного поощрения государственным гражданским служащим Ханты-Мансийского автономного округа — Югры, лицам, замещающим должности, не отнесенные к должностям государственной гражданской службы Ханты-Мансийского автономного округа — Югры, и осуществляющим техническое обеспечение деятельности исполнительных органов государственной власти, государственных органов Ханты-Мансийского автономного округа — Югры, рабочим государственных органов Ханты-Мансийского автономного округа — Югры».
7. Закон ХМАО — Югры от 20.07.2007 № 113-оз (ред. от 31.03.2016) «Об отдельных вопросах муниципальной службы в Ханты-Мансийском автономном округе — Югре» (принят Думой Ханты-Мансийского автономного округа — Югры 12.07.2007).
8. Армстронг М., Практика управления человеческими ресурсами. 10-е изд./Пер. с англ. под ред. С.К. Мордвина. — СПб.: Питер, 2009.
9. Бедункевич Н. А. Анализ мотивации государственных служащих исполнительных органов власти Югры / Н. А. Бедункевич // Представительная власть. № 7. 2009. С. 11–23.
10. Веснин, В. Р. Управление персоналом. Теория и практика [Текст]: учебник/ В. Р. Веснин. — М.: ТКВелби: Проспект, 2008. 688 с.
11. Олейник Л. В., Утарбаева Г. К. Проблемы формирования эффективной государственной службы // Экономика и политика. № 1 (4). 2015. С. 82–87
12. Сметанина Г. А. Мотивация деятельности муниципальных служащих. Сборник работ победителей ежегодного конкурса «Лучший муниципальный служащий Ханты-Мансийского автономного округа-Югры» — г. Ханты-Мансийск: Департамент государственной гражданской службы и кадровой политики Ханты-Мансийского автономного округа-Югры, автономное учреждение Ханты-Мансийского автономного округа, 2015. 306 с.

Анализ финансовых результатов деятельности и пути ее улучшения на примере ОАО «Гормолокозавод Артемовский»

Дыдычкина Алена Игоревна, студент

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса, филиал в г. Артеме

Ключевые слова: финансовый результат, финансовый анализ, объем прибыли, молочная отрасль, молочная продукция

В современных экономических условиях многие предприятия испытывают ряд финансовых трудностей для реализации своего потенциала [1]. Основным показателем хозяйственно-финансовой деятельности предприятия является финансовый результат, который представляет собой прирост или уменьшение стоимости собственного капитала организации за отчетный период [2]. Конечным финансовым результатом деятельности любого предприятия является сумма прибыли или убытка, полученная в отчетном периоде от реализации продукции, оказания услуг и производства работ, и других хозяйственных операций. Прибыль как конечный финансовый результат является предметом внимания широкого круга участников рынка, проявляющих интерес к стабильной работе предприятия, и главным критерием, дающим оценку финансово-коммерческой деятельности. На формирование финансового результата оказывает влияние ряд факторов:

- эффективности использования ресурсов производства;
- соблюдения дисциплины платежей и условий договоров;

— изменения цен на товарных и сырьевых рынках сбыта;

— изменение макроэкономических показателей и т. д.

Финансовый результат также зависит от суммы полученной выручки. Положительный финансовый результат является определяющим критерием для привлечения инвесторов, партнеров по совместному ведению бизнеса, а также кредиторов. Формирование финансовых результатов предприятия определяется исходя из доходов, полученных как от основной, так и вспомогательной деятельности. На основе отчета о финансовых результатах деятельности выводится показатель валовой прибыли, прибыли от продаж, чистой прибыли. Валовая прибыль является разницей, полученной в результате вычета объема выручки и себестоимости реализованной продукции, прибыль от продаж формируется в результате вычета управленческих и коммерческих расходов. Конечным показателем эффективного финансового результата является чистая прибыль, которая остается после вычета налога на прибыль [3]. Систематический недостаток объема прибыли и ее отрицательная динамика свидетель-

ствуется о неэффективности и рискованности деятельности предприятия.

Система показателей финансовых результатов включает в себя не только абсолютные (прибыль), но и относительные показатели (рентабельность) эффективности использования активов предприятия. Чем выше уровень рентабельности, тем эффективнее осуществляется хозяйственная деятельность. Рентабельность как показатель эффективности позволяет оценить степень доходности, выгодности, прибыльности. Показатели рентабельности позволяют оценить, какую прибыль имеет субъект хозяйствования с каждого рубля средств, вложенных в активы и более полно, чем прибыль, отражает конечные результаты деятельности, так как их величина показывает соотношение эффекта с имеющимися или использованными ресурсами. В связи с этим поиск резервов увеличения прибыли и рентабельности — одна из основных задач в деятельности любого предприятия и организации.

Большое значение в процессе управления финансовыми результатами и поисками оптимального соотношения прибыльности, доходности и затрат отводится финансовому анализу. В условиях конкуренции и стремления предприятий к максимизации прибыли анализ финансово-хозяйственной деятельности является одной из определяющих функций управления. В настоящее время этот аспект управления организацией становится наиболее важным, так как практика функционирования рынка показывает, что без анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятие не может эффективно развиваться [4]. В условиях возрастающей конкуренции и стремления увеличения доходности, анализ финансовых результатов является обязательной функцией управления предприятием [5]. Именно он позволяет найти резерв увеличения прибыли и рентабельности, а также дает возможность организации функционировать с большей эффективностью [3].

Особенно значимым является проведение анализа финансово-хозяйственной деятельности и выявление факторов влияющих на конечный финансовый результат в частности прибыль и рентабельность для производственных предприятий, работающих в сфере переработки и производства молокопродукции. Молочная отрасль России сегодня находится в крайне непростом положении. Сложившиеся в конце 2014 года и укрепившиеся в 2015 году экономические и внешнеполитические условия, в которых работают участники молочного рынка, приводят к ускоренному развитию негативных для молочной отрасли тенденций. Девальвация национальной валюты привела к удорожанию кредитных ресурсов, заморозке инвестиционных проектов, повышению себестоимости, снижению доходности предприятий работающих в сфере производства и переработки молока [6].

Введение санкций в августе 2015 года позволило освободить от завозимой продукции до 20 % российского молочного рынка, освободившуюся нишу с успехом начали заполнять отечественные производители, наращивая объемы

производства. В 2016 году прогнозируется увеличение производства и реализации молокопродуктов. По оценке Минэкономразвития, увеличение продаж молочной продукции в 2016 году составит 1 %, в 2017 — еще 2,4 %, в 2018—2,6 %. В результате продажи молочной продукции в 2018 году увеличатся на 6,1 % в сравнении с 2015 годом [6]. Но, не смотря на столь оптимистичный прогноз, существуют ограничения для наращивания объемов производства молочной продукции и импортозамещения. Девальвация национальной валюты привела к значительному росту себестоимости производства и переработки молока. Большинство предприятий работающих в данной отрасли находятся в кризисном состоянии. Причины — низкий уровень развития сырьевой базы, которую невозможно нарастить за короткие сроки, низкая доходность производства и переработки молока [6].

Анализ финансовых результатов деятельности одного из предприятий Приморского края работающего в молочной отрасли в частности ОАО ГМЗ «Артемовский» подтверждает наличие существенных проблем связанных с получением достаточной нормы прибыли, которая бы обеспечивала эффективное развитие производства. В современных условиях гормолокозавод «Артемовский» является предприятием с обширной сбытовой сетью и одним из крупнейших предприятий Приморья по переработке молока. ОАО ГМЗ «Артемовский» выпускает разнообразный ассортимент молочной и молочнокислой продукции различных модификаций и в различной расфасовке, всего около 33 наименований: молоко, сметана, кефир, варенец, бифилукс, бифилайф, ацидофильная паста, творог, сыр, простокваша, ряженка, «Снежок», творожная масса, масло сливочное, йогурт в различной расфасовке, десерт сливочный, сыр адыгейский, сыворожка.

Назначение и область применения выпускаемой предприятием продукции характеризуется достаточно устойчивым спросом самых различных слоев населения, а также специализированных предприятий и организаций. Продукция гормолокозавода «Артемовский» занимает достойное место на продовольственном рынке Приморского края. Подтверждение тому — большое количество грамот, дипломов, специальных сертификатов, подтверждающих высокое качество всего ассортимента, что поступает к покупателям под торговой маркой данного предприятия и продается не только в городе, но и в крае. Продукция ГМЗ «Артемовский» выпускается под двумя торговыми марками: «Артемка» и «Грин Агро» (с 2014 г.). Ассортимент гормолокозавода насчитывает свыше 30 наименований высококачественной продукции, включающих: молоко; традиционные кисломолочные продукты (варенец, ряженка, снежок, йогурт, кефир, сметана, творог и т.д.); продукты, рекомендованные для профилактики желудочно-кишечных заболеваний, дисбактериоза и аллергий (бифидок, бифилукс и бифилайф); десерты; сыр; масло. Структура и динамика ассортимента реализуемой продукции представлены в таблице.

Таблица 1. Динамика и структура ассортимента ОАО ГМЗ «Артемовский» за 2014–2015 года (в тысячах рублей)

Наименование	2014	2015	Структура ассортимента, %		Отклонение	
					Абсолютное	Относительное, %
Всего реализовано	464141	515614	100	100	51473	11,1
в том числе:						
молоко	158288	137264	34,1	26,6	-21024	-13,2
кисломолочная продукция	98384	115600	21,2	22,4	17216	17,5
масло сливочное	94900	100350	20,4	19,5	5450	5,7
творог	43836	102800	9,4	19,9	58964	2,3 раза
сыр адыгейский	41288	56800	8,9	11,0	15512	37,6
сыворожка	27445	42800	5,0	8,6	15355	55,9

Основную долю в структуре ассортимента занимает молоко, в течение анализируемого периода доля данного вида продукции в структуре ассортимента уменьшилась на 7,5 % в сторону увеличения кисломолочной продукции, творога, сыра адыгейского.

Характеризуя положение ОАО ГМЗ «Артемовский» в отрасли, рассмотрим основные тенденции отрасли по итогам 2015 года. По результатам 2015 г. отрицательными тенденциями отрасли являлись:

- рост отраслевых рисков;
- снижение инвестиций в сельское хозяйство в виду девальвации рубля и ограничения банковского финансирования;
- сокращение численности поголовья коров;
- рост добавленной стоимости произведенной продукции;
- спад производства, зависящего от импортных ресурсов.

Среди положительных тенденций отрасли по итогам 2015 г. следует отметить рост производства молока за счет роста средней продуктивности скота. На положение ОАО ГМЗ «Артемовский» в отрасли влияет состояние конкурентной среды. В современных экономических условиях резко обострилась конкуренция и борьба за рынок. Основными конкурентами ОАО Гормолокозавод «Артемовский» на рынке Приморского края являются:

- ЗАО «РодСтор» ТМ «Родимая сторонка» (среднемесячные продажи свыше 2,2 млн руб., доля рынка 30,4 %);

- ОАО «Вимм-Билль-Данн» ТМ «Веселый молочник» (среднемесячные продажи 1,2 млн руб., доля рынка 16,5 %)
- ЗАО «Хладокомбинат» г. Благовещенск ТМ «Фермерское подворье» (среднемесячные продажи 800 тыс. руб., доля рынка 11 %)
- Группа компаний «Зеленые листья» (среднемесячные продажи 744 тыс. руб., доля рынка 10,3 %).

ОАО ГМЗ «Артемовский» является пятым по объемам продаж производителем молочной продукции в Приморском крае с долей рынка в 7,2 %.

Конкурентными преимуществами гормолокозавода «Артемовский» является:

- наличие самого современного молокоперерабатывающего оборудования на новом заводе ХАСПК «Грин Агро»;
- осуществление производства с использованием только натурального молока;
- полное соответствие сырья (сырого молока) требованиям Технического регламента на молоко и молочную продукцию таможенного союза.

Но, несмотря на достаточно хорошее положение предприятия на рынке, негативные тенденции развития молочной отрасли отразились на основных финансовых результатах деятельности предприятия (таблица 2).

Таблица 2. Финансовые результаты ОАО ГМЗ «Артемовский» за 2014–2015 гг.

Показатели	2014	2015	Изменение	Темп роста, %
Выручка, тыс. руб.	464141	515614	51473	111,1
Себестоимость, тыс. руб.	546334	623111	76777	114,1
Затраты на 1 руб. реализованной продукции, руб.	1,18	1,21	0,03	102,7
Прибыль (убыток) от продаж, тыс. руб.	-82193	-107497	-25304	130,8
Прибыль (убыток) до налогообложения, тыс. руб.	5035	-110441	-115476	-2193,5
Чистая прибыль (убыток), тыс. руб.	3631	-89154	-92785	-2455,4
Рентабельность продаж, %	0,78		-0,78	0,0
Рентабельность продукции, %	0,66		-0,66	0,0

В анализируемом периоде выручка гормолокозавода имеет положительную динамику (увеличение на 51473 тыс. руб. или прирост на 11,1 %) и это обусловлено не только увеличением объемов продаж, но так же и ростом цен на реализуемую продукцию.

Но при этом себестоимость реализованной продукции в анализируемом периоде также имеет тенденцию к росту при этом опережающими темпами по сравнению с выручкой (увеличение на 76777 тыс. руб. или прирост на 14,1 %), что обусловлено ростом стоимости сырья (молока), услуг по ремонту оборудования, топлива и энергоресурсов и другими затратами. Темпы роста затрат опережают темпы роста доходов, а абсолютная величина затрат превышает абсолютное значение доходов, что является отрицательной характеристикой и способствует снижению

прибыльности и ведет к убыточности предприятия. Величина затрат на 1 руб. реализованной продукции увеличилась с 1,18 руб. до 1,21 руб.; деятельность гормолокозавода в 2015 г. убыточна, величина чистого убытка составила 89154 тыс. руб., в результате убыточности деятельности предприятия деятельность завода не эффективна.

Таким образом, анализа основных финансовых результатов ОАО ГМЗ «Артемовский» за 2014–2015 гг. свидетельствуют об ухудшении деятельности исследуемого предприятия в рассматриваемом периоде. Динамика основных производственных показателей говорит о существенном росте количества перерабатываемого молока, что связано с увеличением поставок сырого молока от ООО «ХАПК «Грин Агро», но при этом финансовые показатели ухудшаются.

Таблица 3. Производственно-финансовые показатели ОАО ГМЗ «Артемовский» за 2014–2015 гг.

Показатель	2014	2015	% изменения
Производственные показатели			
Переработано основного сырья, т.	7 889	9 147	15,95
Товарная продукция, т.	4 088	5 227	27,86
Финансовые показатели			
Выручка, тыс. руб.	464 141	515 614	11,09
Себестоимость, тыс. руб.	546 334	623 111	14,05
Прочие доходы, тыс. руб.	107 739	4 585	-95,74
Проценты к уплате, тыс. руб.	17 568	2 218	-87,37
Чистая прибыль, тыс. руб.	3 631	-89154	-2555,36

Оценивая данные таблицы, следует отметить следующее:

- рост переработки сырого молока с 7889 тонн в 2014 г. до 9147 тонн в 2015 г., что составило прирост на 16 %;
- увеличение объема молочной продукции с 4088 тонн в 2014 г. до 5227 тонн в 2015 г., что составило прирост на 28 %;
- рост объемов реализации готовой продукции с 464 млн руб. в 2014 г. до 516 млн руб. в 2015 г., что составило прирост на 11 %;
- опережающие темпы прироста затрат (14 %) относительно темпов прироста выручки (11 %).

В рамках проведенного анализа необходимо отметить, что деятельность ОАО Гормолокозавод «Артемовский» связана со следующими факторами рисков:

- риски на индивидуальном уровне (возникающие в процессе трудовой деятельности конкретного работника);
- риски на микро-уровне (возникающие в процессе деятельности общества);
- риски на макро-уровне (влияние не зависящих от общества экономических и нормативно-правовых условий деятельности).

В современных кризисных экономических условиях наибольшее влияние на эффективность деятельности гормолокозавода оказывают факторы макро-уровня, не-

смотря на развитие предприятия, результативность деятельности ухудшается, завод убыточен, что в большей степени обусловлено неблагоприятными факторами внешней макросреды.

Для поддержания положения предприятия необходимо:

- постоянное и целенаправленное совершенствование технологических процессов,
- контроль качества выпускаемой продукции на всех стадиях производства;
- минимизация производственных потерь;
- рост объемов производства и сбыта;
- предоставление покупателям широкого ассортимента свежей и полезной продукции;
- обеспечение прибыльности и финансовой устойчивости предприятия,
- стимулирование трудовой деятельности работников [7, с. 77].

Но все это невозможно без поддержки государства.

Основные задачи государства при этом могут быть:

1. Обеспечение повышения доходности производителей молока посредством субсидирования инвестиционного и краткосрочного кредитования, возмещения части капитальных затрат на создание и модернизацию перерабатывающих предприятий и объектов молочного животноводства, субсидирование производства товарного молока.

2. Поддержка переработчиков молока путем возмещения капитальных затрат на создание и модернизацию предприятий по переработке молока в размере не менее 35 % сметной стоимости объекта (но не выше предельной стоимости объекта), возмещение части затрат на уплату процентов по инвестиционным кредитам (займам) на срок до 8 лет на строительство и модернизацию молокоперерабатывающих предприятий.

3. Разработка и реализация комплекса мер немонетарного регулирования развития отрасли. Такими мерами должны стать: интервенции, технические регламенты, снижение административной нагрузки, в том числе отказ от электронной ветеринарной сертификации.

4. Разработка долгосрочной (не менее чем на 15 лет) стратегии развития молочной отрасли Российской Феде-

рации с фиксированным комплексом инструментов регулирования и мер поддержки отрасли.

5. Ужесточение ответственности (увеличение штрафов, конфискация оборудования) за нарушение технического регламента ЕАЭС в части маркировки молочной продукции, в частности за отсутствие на этикетке информации о наличии жиров немолочного происхождения и реализации молокасодержащей продукции под видом молочной.

Стимулирование потребления молока и молокопродуктов через программу внутренней продовольственной помощи и развитие инфраструктуры системы социального питания; программы стимулирования потребления молока и молочных продуктов [6].

Литература:

1. Царева Н. А. Оценка потребностей и потенциала региональных субъектов малого и среднего предпринимательства в сфере международного и межрегионального сотрудничества: на материалах социологического исследования проведенного в Приморском крае // Экономика и предпринимательство. — 2015. — № 1 (54). — С. 981–987.
2. Видеолекция Финансовые результаты деятельности предприятий. Политика управления дивидендами [Электронный ресурс] — Режим доступа. <http://www.distanz.ru/videoLecture/2958/> Дата обращения 20.05.2014.
3. Фролова Л. Финансовый результат. [Электронный ресурс] — Режим доступа. <http://fb.ru/article/39707/finansoviy-rezultat>. Дата обращения 23.05.2016
4. Понятие финансовых результатов деятельности предприятия [Электронный ресурс] — Режим доступа. http://www.kucherova.ru/ponyatie_fin_rez/index.html. Дата обращения 23.05.2016.
5. Шестак О. И. Стратегический подход к развитию малого и среднего предпринимательства на региональном уровне (на примере Приморского края) // Экономика и менеджмент систем управления. — 2015. — № 3.1. — С. 183–196.
6. Итоги года. Развитие молочной отрасли в 2015 [Электронный ресурс] — Режим доступа. http://milknews.ru/analitika-ginka-moloka/molochnaya_otrasl.html. Дата обращения 23.05.2016
7. Проблемы экономики и управления предприятиями, отраслями, комплексами: монография. Книга 30 / Е. Н. Волк, Б. Даулетбаков, Е. В. Джамай и др. / Под общ. ред. С. С. Чернова. — Новосибирск: Издательство ЦРНС, 2016. — 220 с.

Оценка влияния эффективности межличностных отношений на деятельность организации на примере ООО УК «Империя мебели»

Евко Борис Николаевич, студент

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса, филиал в г. Артеме

В современных экономических условиях оценка потребностей и потенциала субъектов предпринимательства является залогом успехов в будущем [1]. Одним из важных моментов в различных организациях является оценка межличностных отношений. При этом определяющим становится процесс построения отношений на предприятиях всех форм собственности. Доброжелательные взаимоотношения сотрудников в организации улучшают социально-психологический климат в коллективе, способствуют росту производительности труда отдельного работника и повышают эффективность ра-

боты коллектива в целом [2, с. 75]. Данное взаимоотношение выверено на практике в организации с бригадной формой организации труда на протяжении определенного периода. Эффективно организованные бригады — это своего рода целостность, имеющая свойственные ей характеристики. Члены бригады могут в чем-то уступать по отдельным критериям, работающим индивидуально, однако оптимальное сочетание этих особенностей, психологическая приближенность членов коллектива создают стабильные и надежные рабочие группы [3, с. 72].

Взаимоотношения сотрудников в организации ООО УК «Империя мебели» определялись при помощи экспресс-диагностики по методике Т. Лири. Данная методика была создана при содействии Г. Лефоржа и Р. Сазека и предназначалась для исследований визуализаций субъекта о себе и идеальном «я», а также для изучения взаимоотношений в подразделениях организаций. Она позволяет определять преобладающий тип отношений к людям в самооценке

и самооценке [4]. При оценке формирования взаимоотношений часто выделяют влияние двух факторов: доминирование — подчинение, дружелюбие, агрессивность. Данные факторы показывают общее впечатление о сотруднике в течение межличностного восприятия. С целью визуализации основных социальных ориентаций Т. Лири разработал график в виде круга, представленную на рисунке 1.

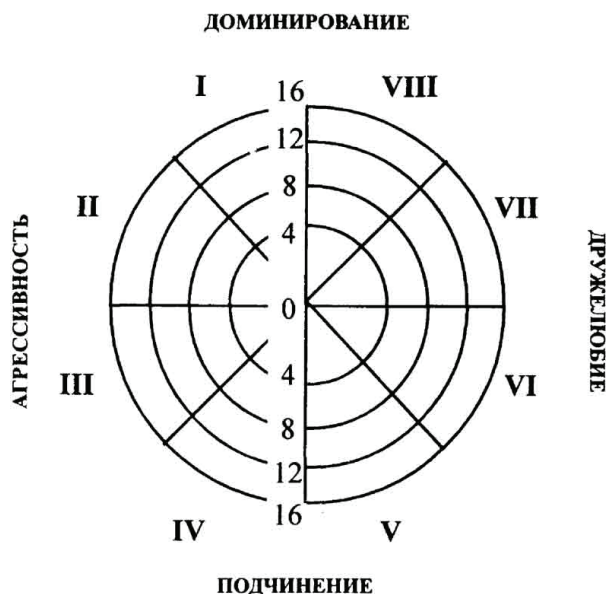


Рис. 1. Схема социальных ориентаций Т. Лири

Круг разделён на секторы, в котором по горизонтальной и вертикальной осям отмечены четыре ориентации. В свою очередь, эти секторы разделены на восемь. Для более точного описания круг едят на 16 секторов, но чаще используется октанты, имеющие ориентацию относительно двух осей. Т. Лири предлагал использовать методику для оценки наблюдаемого поведения людей. Тест содержит 18 вопросов, из которых в каждом из 8 типов поведения образуется 6 пунктов, упорядоченных по восходящей интенсивности. Классификация построена таким образом, что точка зрения, направлена на понимание типа отношений, расположенной в установленной манере: они фокусируются по 17 и чередуются через одинаковое число определений. При подсчете определяется число определений и число отношений каждого типа. Самая высокая оценка уровня — 16 баллов, но она разделена на четыре уровня показателя отношений, представленные в таблице 1.

Таблица 1. Степени выраженности отношения

0–4 балла низкая; 5–8 баллов — умеренная	Адаптивное поведение
9–12 баллов — высокая; 13–16 баллов — экстремальная	Экстремальное поведение до патологии

Разная направленность диагностики позволяет не только определить тип личности, но и сопоставить данные по отдельным граням. Например, самооценке, идеального «я» и оценки других людей малой граням. Методика представляется респоденту как список так и на отдельных бланках. Сотрудник должен ответить на утверждения, соответствующие его представлению о себе, относящиеся к другому человеку или его идеалу. По результатам производится подсчет баллов по каждому показателю с помощью специального приложения к опроснику. Полученные баллы переносятся на дискограмму, при этом расстояние от центра круга соответствует числу баллов по данной октанте (от 0 до 9). Концы векторов соединяются и образуют личностный профиль.

По формулам формируются основные показатели: доминирование и дружелюбие.

$$\text{Доминирование} = (I - V) + 0,7 * (VIII + II - VI).$$

$$\text{Дружелюбие} = (VII - III) + 0,7 * (VIII - II - IV + VI).$$

Качественность полученных данных выявляется путем сопоставления дискограмм, демонстрирующих отличие между мнениями разных людей. По результатам оценки межличностных отношений по методике Т. Лири на рисунке 2 наглядно представлено, как распределились типы отношения к окружающим в ООО УК «Империя Мебели»

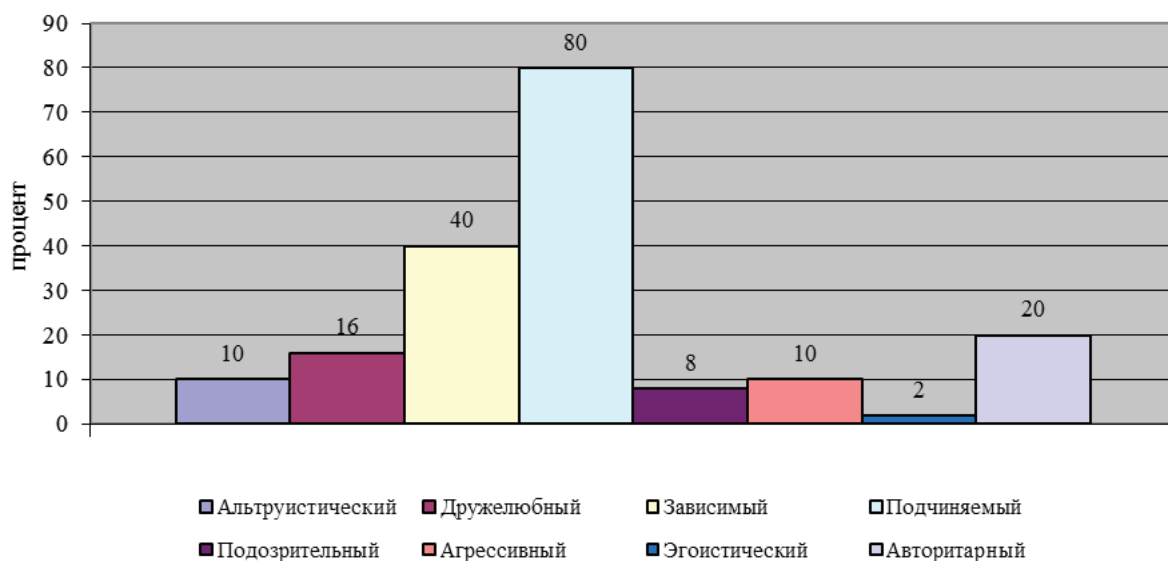


Рис. 2. Типы отношения к окружающим в ООО УК «Империя Мебели»

80 % респондентов ощущают себя подчиненными, что свидетельствует о зависимости сотрудников от руководства. 40 % сотрудников чувствуют себя зависимыми, так как они опасаются остаться без работы и не представляют себе, как они будут существовать без работы в данной организации. Данный метод показывает, что в организации с высоким уровнем культуры, должны преобладать дружелюбные отношения в коллективе, как между рядовыми сотрудниками, так и руководителями.

Это наглядно демонстрирует слабую развитость культуры взаимоотношений сотрудников в ООО УК «Империя Мебели». Данный фактор показывает отсутствием устоявшихся традиций, обычаев, преобладание мотивации работников на заработок и авторитарным стилем управления руководства, сложившимся в ООО УК «Империя Мебели».

С целью повышения эффективности работы коллектива, его организованности и удовлетворения результатом своего труда, можно предложить ряд рекомендаций:

1. Менеджеру следует учитывать, что работник склонен влиянию окружающих, поэтому его поведение должно истолковываться с учетом этого.

2. Требуется способствовать развитию и повышению квалификации членов коллектива. Правильное руководство, обучение и помощь могут помочь преодолеть трудности при решении задач. Успех зависит от того, насколько хорошо члены группы могут разрешать появившиеся противоречия.

3. Менеджеры могут сами создать для членов групп и команд возможность повышения эффективности и использовать средства поощрения, усиливая чувство удовлетворения своим трудом. Такие действия могут привести к росту сплоченности и эффективности групп. Команда и сплоченные группы являются наиболее производитель-

ными, их нормы эффективности и цели способствуют успешному выполнению задач.

4. Надлежит предпринимать шаги для предотвращения потерь рабочего времени, поощрять работников за установленные реальных и напряженных целей, признавая индивидуальный вклад в общее дело каждого члена группы.

5. Насущным является создание условий для достижения сотрудниками успеха. Использование таких приемов, как участие в установлении целей, специальные задания могут создать у членов группы чувство непосредственного участия. Успех необходим для всех стадий развития группы и ее превращения в команду. Однако особенно это важно для успеха в только что сформированных группах, так как первые успехи приведут к росту удовлетворенности своим трудом.

6. Необходимо развивать в коллективе чувство ответственности и самостоятельности, а также способствовать самоуправлению — позволять группам определять, выбирать и решать проблемы, а также оценивать итоги проделанной работы. Необходимо проводить обучение персонала, делегировать обязанности руководителей и проводить их движение по функциональным уровням.

Комплектование организованного, дружного и работающего коллектива содействуют социальные, организационные и экономические факторы: высокий уровень организации труда; существование цели и традиций; вовлечение работников к управлению; достижения коллектива в труде, спорте, художественной самодеятельности; оптимальная организация трудовых соревнований; постоянство состава коллектива.

Работоспособный коллектив, в свою очередь, является важной социальной компонентной, формирующей уровень предпринимательской активности и регионального экономического развития [5, 6].

Литература:

1. Царева Н. А. Оценка потребностей и потенциала региональных субъектов малого и среднего предпринимательства в сфере международного и межрегионального сотрудничества: на материалах социологического исследования проведенного в Приморском крае // Экономика и предпринимательство. — 2015. — № 1 (54). — С. 981–987.
2. Проблемы экономики и управления предприятиями, отраслями, комплексами: монография. Книга 30 / Е. Н. Волк, Б. Даулетбаков, Е. В. Джамай и др. / Под общ. ред. С. С. Чернова. — Новосибирск: Издательство ЦРНС, 2016. — 220 с.
3. Вересов Н. Н. Психология управления / Н. Н. Вересов. — М.: Мир, 2011. — 224 с.
4. Виханский О. С. Менеджмент: человек, стратегия, организация, процесс: учебник / О. С. Виханский, А. И. Наумов — М.: Изд-во МГУ, 2014. — 576 с.
5. Корнейко О. В., Ворожбит О. Ю. Перспективы развития рыбохозяйственной деятельности Приморья в условиях Свободного порта Владивостока: монография / Москва, 2015.
6. Корнейко О. В., Ма Б. Теория предпринимательства в контексте современного развития российской экономики. // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. Серия: Экономика и управление. № 2 (25). 2016.

Исследование и пути совершенствования организационной структуры ОАО «Звезда»

Егоричев Владислав Андреевич, студент
Дальневосточный федеральный университет

Информация о заводе и его значимость для России
Дальневосточный завод «Звезда» — ведущее предприятие по ремонту подводных лодок Тихоокеанского флота и единственное на Дальнем Востоке специализирующееся на ремонте, переоборудованию и модернизации кораблей атомных подводных ракетноносцев.

Завод «Звезда» — сложный, хорошо оснащенный комплекс, обладающий высоким техническим и производственным потенциалом, который позволяет качественно и своевременно выполнять работы по всем основным направлениям деятельности предприятия. Завод имеет развитые корпусное, сварочное, малярно-изоляционное, машиностроительное, литейное, кузнечное, трубообрабатывающее, гальваническое производства.

В состав завод входят цехи основного производства: доково-корпусный, корпусодостроечный, цех агрегатного ремонта судового оборудования, механический, монтажно-сдаточный, цех покрытий и деревообработки, трубомедницкий и цех обращения с радиоактивными отходами и отработавшим ядерным топливом, а также центральная заводская лаборатория, энерголаборатория и лаборатория сварки, аттестованные, аккредитованные и лицензированные органами Госстандарта России, Госгортехнадзора РФ, Российского Морского Регистра Судоходства и Госатомнадзора России.

Завод имеет развитое складское хозяйство, включающее как открытые, так и закрытые складские площади, и оборудованные всей необходимой погрузочно-разгрузочной техникой (краны, лифты, электро- и автопогрузчики, элек-

трокары и штабелеры), а также комплекс вспомогательных цехов (инструментальный, ремонтно-механический, электроремонтный, котельный, энергетический, транспортный, ремонтно-строительный), который обеспечивает обслуживание основного производства и снабжение всеми необходимыми видами энергии.

Также на территории завода осуществляется глобальный проект строительства суперверфи «Звезда-DSME», инициаторами учредителями которой были Дальневосточный Центр Судостроения и Судоремонта [2].

С ноября 2007 года ОАО ДВЗ «Звезда» сотрудничает с Министерством иностранных дел и Министерством торговли Канады в вопросах утилизации атомных подводных лодок на российском Дальнем Востоке.

После подробного изучения предприятий Дальнего Востока, их местоположения, наличия комплекса объектов, необходимых для полной и безопасной утилизации российских АПЛ, выведенных из состава Тихоокеанского флота, в качестве базового предприятия был выбран ФГУП «Дальневосточный завод «Звезда» в г. Большой Камень.

Предприятие имеет 55-летний опыт ремонта и утилизации АПЛ различных классов и проектов.

Наличие берегового комплекса выгрузки (БКВ), временного хранилища отработанного ядерного топлива, комплекса по переработке низкорadioактивных жидких отходов «Ландыш», судоподъемных и стапельных сооружений, металлообрабатывающих и механических цехов, гидравлических прессов и гильотин позволяет проводить весь комплекс работы по утилизации АПЛ по существующим технологиям.

В мае 2008 года между Министерством иностранных дел и торговли Канады и руководством завода «Звезда» был заключен контракт на перевозку с Камчатки и утилизацию 2-х АПЛ класса «Виктор-3» (проект 671РТМ), а также — контракт на реконструкцию участка железной дороги ст. Большой Камень — ст. Смоляниново. Реализация этого проекта позволит осуществлять безопасную вывозку выгруженного из реакторов ядерного топлива на предприятие «Маяк» для последующей переработки.

За последние годы на стапелях завода были отремонтированы десятки транспортных, нефтеналивных и рыбодобывающих судов, построены приемотранспортный рефрижератор «Курильское озеро», средний траулер-мозильщик «Валерий Маслаков», судно-сборщик нефте-содержащих и льяльных вод «Аргус», буксиры для проекта «Сахалин-2». СТМ «Валерий Маслаков» и судно «Аргус» стали лауреатами конкурсов «100 лучших товаров

России» и «100 лучших товаров Приморья». Завод — Лауреат главной всероссийской премии «Российский национальный Олимп» [1].

Организационной структуры ОАО «Звезда» и пути её совершенствования

Для того чтобы провести исследование организационной структуры ОАО «Звезда» нам необходимо ознакомиться со структурой данной организации.

Поэтому мне пришлось, проанализировать информацию, имеющуюся в открытом доступе, на сайте этого предприятия и составить схему организационной структуры ОАО «Звезда». [Рис.1]

Найденная и представленная мной информация, в виде схематического рисунка, должна наиболее чётко и лаконично показать внутреннее устройство этой организации.



Рис. 1. Структура организации ОАО «Звезда»

Теперь, после изучения представленной схемы и ознакомившись с организационной структурой ОАО «Звезда», мы можем применить системный подход для изучения организационной структуры этой организации.

Прежде всего, напишу виды системных свойств, которые будут рассмотрены на данном предприятии. Из-за большой и разнообразной классификации данных свойств, разбиравшейся мною, ранее, я выделю, по моему мнению, основные.

Четыре основных свойства, которые я буду исследовать в ОАО «Звезда»:

- 1) Целостность.
- 2) Гомеостазис.
- 3) Эмерджентность
- 4) Иерархичность

Начнём с целостности. ОАО Дальневосточный завод «Звезда» является целостной структурой, так как все элементы этой структуры тесно связаны между собой и изменения в одной из частей приводит к изменениям в остальных. Все элементы одинаково важны и необходимы

для нормальной деятельности организации. Например, очень большое значение для завода как элемента целостной структуры имеет отдел труда и заработной платы. В данном отделе осуществляет руководство работой по организации, нормированию и оплате труда, а также организационно-штатным вопросам.

Гомеостазис можно охарактеризовать как свойство самосохранения. Способность системы сопротивляться действию негативных факторов внешней и внутренней среды и функционировать в условиях неустойчивости. Приведу пример нескольких факторов внешней и внутренней среды:

- 1) Политических факторы: Вступление в силу новых законов.
- 2) Факторы развития технологий: Появление и эксплуатация новейшего оборудования.

ОАО Дальневосточный завод «Звезда» приспосабливается к данным факторам. В качестве примера напишу о факторе развития технологий. Современные технологии не стоят на месте, развиваясь из года в год. Так как одной из задач ОАО «Звезда» является процесс утилизации

атомных подводных лодок, завод чтобы соответствовать всем требованиям международных стандартов осуществляет минимизацию отрицательных воздействий на окружающую среду с интегрированием в систему принятия новейших инженерных и проектных решений.

Эмерджентность — наличие у системы дополнительных особых свойств, не присущих ее подсистемам. Я напишу, только о некоторых отделах, на примере которых чётко обозначу их цели, и этого будет вполне достаточно для раскрытия свойства эмерджентности: Отдел кадров контролирует и учитывает весь персонал организации;

Режимно-секретный отдел. Получение лицензий на проведение работ, связанных с использованием сведений, составляющих государственную тайну, допуск граждан к государственной тайне.

Исходя из структуры ОАО «Звезда» [Рис.1], представленной мной на рисунке, мы видим, что от «первого заместителя генерального директора» и «правления» идут схематически линии на нижестоящие элементы в организации. В свою очередь эти десять элементов имеют в своём подчинении множество отделов, следовательно, каждый компонент в данной системе может рассматриваться самостоятельно как отдельная система.

Теперь, после исследования системных свойств в ОАО «Звезда» нам предстоит сделать выводы по структуре данного предприятия. Начнём с достоинств:

1) Построение связей по лестнице иерархии является очень важным достоинством любой организации. Так как при иерархической системе каждый работник подчинен только одному руководителю, что является очень удобным, особенно, в большой организации.

2) Освобождение высших руководителей от решения многих вопросов, связанных с планированием финансовых расчетов, безопасностью, материально-техническим обеспечением.

К недостаткам в структуре ОАО «Звезда» можно отнести:

1) Отсутствие тесных взаимосвязей на горизонтальном уровне между различными элементами системами.

2) Чрезмерно развитая система взаимодействия по вертикали. Может быть чревата тем, что большой объём информации имеет много шансов потеряться так и не дойдя

в должной мере до человека, которому он был послан. Примером может послужить тот момент, когда один из высокопоставленных начальников хочет отдать распоряжение одному из рабочих на заводе, но напрямую он этого делать не будет и передаст приказ своему заместителю, а тот в свою очередь людям, находящимся в его распоряжении, и так всё будет идти по цепочке, пока не дойдёт до человека, которому был адресован приказ. Только, информация в приказе уже будет существенно отличаться от той, которую начальник просил передать, так как каждый человек в данной цепочке невольно искажал полученную информацию при передаче следующему.

Об иерархии я говорить не буду, так исходя из структуры ОАО «Звезда» [Рис.1], мы не понимаем, что она иерархична.

Исследовав системные свойства в ОАО «Звезда» и сделав выводы по структуре данного предприятия мы можем поговорить о путях совершенствования структуры.

Мной не было выявлено проблем в системных свойствах ОАО «Звезда». Данная организация обладает рядом характерных свойств, оказывающих положительное воздействие на предприятие.

Однако, мне бы хотелось написать о способах преодоления недостатков структуры в ОАО «Звезда», напрямую связанных с системными свойствами:

1) Данная организация должна построить более тесные взаимосвязи на горизонтальном уровне между элементами системы, отделами. Нужно, чтобы каждое звено было заинтересовано не только в достижении своей узкой цели, но и в общей цели завода.

2) Чтобы предотвратить потерю информации в связи с чрезмерно развитой системой взаимодействия по вертикали нужно пользоваться современными технологиями: отправлять чётко сформулированного приказа в виде письма по электронной почте, если не самому сотруднику, получающему приказ, так его начальнику, чтобы предотвратить цепочку людей, передающих данный приказ по памяти, в устной форме.

Используя данные советы по способам преодоления недостатков структуры, ОАО Дальневосточный завод «Звезда» сможет ещё много лет успешно функционировать, как на благо людям, так и на благо государства в целом.

Литература:

1. Официальный сайт Дальневосточный центр судостроения и судоремонта [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.fes-zvezda.ru/about/whatwehave/>
2. Официальный сайт ОАО «Звезда» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://dcss.ru/projects/koc-oaodvz-zvezda.html>

Эконометрическое исследование курса доллара в современных экономических условиях

Елистратова Дарья Александровна, студент
Оренбургский филиал Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова

Статья посвящена исследованию динамики курса доллара в РФ, включая проведение многофакторного корреляционно-регрессионного анализа уровня курса доллара.

Ключевые слова: валютный курс, валютный рынок, корреляционно-регрессионный анализ, курса доллара

Валютный курс в современном мире является важным показателем экономического развития, действенным инструментом осуществления государственной финансовой политики, а также существенной характеристикой состояния валютного рынка, который дает определенную картину уровня развития страны [1].

Курс национальной валюты может изменяться неодинаково по отношению к различным валютам во времени. Так, по отношению к сильным валютам он может падать, а по отношению к слабым подниматься. Такое явление называется динамикой валютных курсов. То есть,

ряд значений курса одной валюты по отношению к другой за определенный промежуток времени дает представление о динамике обеих валют относительно друг друга [4].

Как известно, валютами, оказавшие наибольшее влияние на развитие мировой валютной системы, являются доллар и евро. К тому же, доллар США — денежная единица Соединенных Штатов Америки, является одной из резервных валют мира. Поэтому, рассмотрим динамику курса доллара к российскому рублю за 2004–2014 гг. (табл. 1), чтобы выявить основные тенденции изменений валютных курсов и проследить предыдущее развитие валютных курсов [2].

Таблица 1. Оценка динамика курса доллара в РФ

Годы	Среднегодовой курс доллара к российскому рублю	Абсолютный прирост, руб.		Темп роста, %		Темп прироста, %		Абсолютное значение 1 % прироста
		баз	цеп	баз	цеп	баз	цеп	
2004	28,82	-	-	100,0	-	-	-	-
2005	28,29	-0,53	-0,53	98,17	98,17	-1,83	-1,83	0,29
2006	27,19	-1,63	-1,1	94,34	96,11	-5,66	-3,89	0,28
2007	25,58	-3,24	-1,6	88,76	94,08	-11,24	-5,92	0,27
2008	24,86	-3,99	-0,72	86,26	97,18	-13,74	-2,82	0,26
2009	31,72	2,9	6,87	110,09	127,63	10,09	27,63	0,25
2010	30,37	1,55	-1,35	105,39	95,73	5,39	-4,27	0,32
2011	29,39	0,57	-0,98	101,99	96,77	1,99	-3,23	0,30
2012	31,09	2,278	1,7	107,9	105,8	7,9	5,8	0,29
2013	31,85	3,03	0,76	110,53	102,43	10,53	2,43	0,31
2014	38,42	9,6	6,57	133,34	120,64	33,34	20,64	0,32

Таким образом, на основе полученных расчетных данных таблицы 1 можно сделать вывод о том, что среднее значение курс доллара к российскому рублю за период 2004–2014 гг. составляло 29,4 рублей. Наибольший прирост был отмечен в 2009 г. по сравнению с 2008 г. и составил 6,8678 рублей (27,63 %).

Наименьший прирост зафиксирован в 2005 г. по сравнению с 2004 г. в размере 0,5286 рублей (–1,83 %). Среднее абсолютное значение 1 % прироста равно 0,289 рублей. Динамика курса доллара к российскому рублю представлена на рисунке 1.

По данным рисунка 1 видно, что наименьший курс доллара к российскому рублю был в 2008 г. и составил 24,86 рублей. Наибольшая стоимость доллара была в 2014 г., которая составила 38,42 рублей.

На уровень доллара к курсу российского рубля влияет большое количество факторов. В корреляционно-регрес-

сионном анализе можно устранить воздействие какого-либо фактора, если зафиксировать воздействие этого фактора на результат и другие, включенные в модель факторы. Данный прием широко применяется в анализе временных рядов, когда тенденция фиксируется через включение фактора времени в модель в качестве независимой переменной [3].

Для проведения корреляционно-регрессионного анализа используем следующие факторные признаки: y — курс американского доллара к российскому рублю; x_1 — цены на нефть (дол./ баррель); x_2 — темп роста ВВП (%); x_3 — темп инфляции (%).

Параметры модели с включением фактора времени оцениваются с помощью обычного метода наименьших квадратов (МНК).

С помощью ПК получаем матрицу парных коэффициентов, на основании которых необходимо сделать вывод

о факторах, которые могут быть включены в модель множественной регрессии (табл. 2). Корреляционная матрица

получена с помощью табличного редактора Excel XP в пакете анализа.

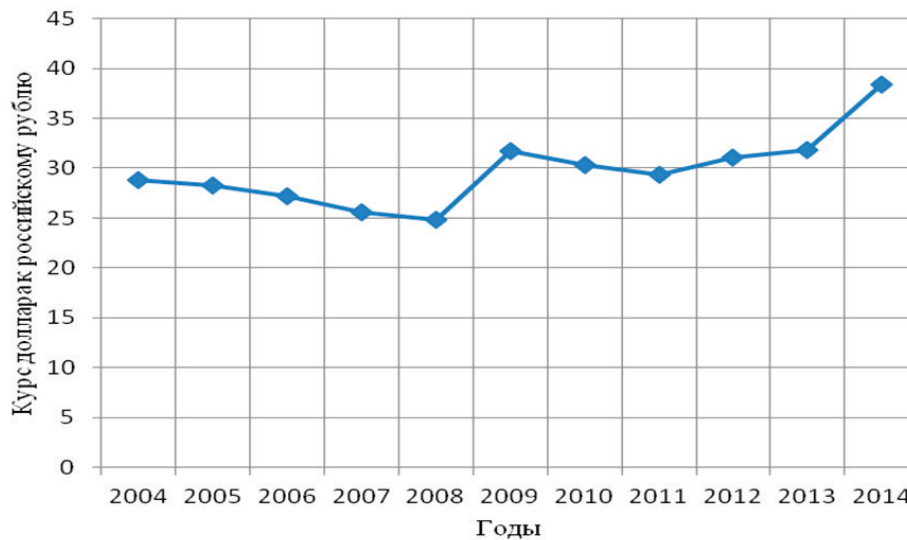


Рис. 1. Динамика курса доллара к российскому рублю

Таблица 2. Корреляционная матрица влияния факторов на курс доллара к российскому рублю

	у	x1	x2	x3
у	1			
x1	0,709259279	1		
x2	-0,592331964	-0,155339867	1	
x3	-0,285165962	-0,518140701	0,295713524	1

Из корреляционной матрицы видна достаточно сильная взаимосвязь между результативным (У) и факторным признаком (X1). Связь прямая, сильная.

Мультиколлинеарность в построенной модели отсутствует, поэтому строим уравнение с одной независимой переменной.

По результатам регрессионного анализа получено следующее уравнение регрессии:

$$y = 22,02 + 0,09 \cdot x_1$$

Анализ полученного уравнения позволяет сделать выводы о том, что с ростом цены на нефть на 1 доллар за баррель курс доллара по отношению к российскому рублю увеличивается на 0,09 руб..

В результате построения уравнения регрессии получили следующие результаты (табл. 3).

Таблица 3. Результаты построения регрессии

Показатели	Значения
Коэффициент корреляции R	0,709
Коэффициент детерминации R ²	0,503
Скорректированный коэффициент детерминации R ²	0,448
Фактическое значения F-критерия Фишера	9,11
Табличное значения F-критерия Фишера	5,12
Стандартная ошибка	2,746

Таким образом, на основе полученных расчетных данных можно сделать вывод о том, что множественный коэффициент регрессии равен 0,7. Это свидетельствует о сильной связи между признаками. Коэффициент детерминации — равен 0,5, следовательно, 50,3 % вариации величины курса

доллара к российскому рублю обусловлено факторами, включенными в модель (1).

Анализ полученного уравнения позволяет сделать выводы о том, что в России от продажи нефти зависит сегодня практически все. Являясь фактически сырьевым придатком

цивилизованного мира, наша страна находится в прямой зависимости от нефтяных торгов, а поскольку цена за баррель назначается в долларах, то чем она выше, тем выше цена рубля по отношению к доллару.

Проверка адекватности всей модели осуществляется с помощью расчета F-критерия. Если $F_p > F_T$ при $\alpha = 0,05$, то модель в целом адекватна изучаемому явлению.

$$F_{расч} = 9,11 \quad F_{табл} = 5,12 \quad \text{уровень значимости} = 0,05$$

Следовательно, построенная модель на основе её проверки по F-критерию Фишера в целом адекватна, и все коэффициенты регрессии значимы. Такая модель может быть использована для принятия решений и осуществления прогнозов.

Литература:

1. Раджабова З.К. Мировая экономика: Учебник. — М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015.
2. Сердюченко О.П. Анализ факторов, влияющих на динамику курса рубля // Инфраструктурные отрасли экономики: проблемы и перспективы развития. — 2015. — № 8. — С.24–27.
3. Тимофеева Т.В., Снатенков А.А. Статистическая оценка развития валютного рынка РФ // Известия Оренбургского государственного аграрного университета. 2011. Т 1. № 29—1. С.111—114.
4. Тимофеева Т.В., Снатенков А.А. Статистическое исследование тенденций развития валютного рынка России / Материалы I-ой Международной научной конференции «Формирование основных направлений развития современной статистики и эконометрики. Оренбург. 2013. С. 250—258.

Совершенствование государственного регулирования системы ипотечного кредитования в Приморском крае

Енкина Елена Андреевна, студент

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса, филиал в г. Находке

Для совершенствования системы ипотечного кредитования в Приморском крае необходимо внедрение систем поддержки населения при покупке жилья. Чтобы оценить потенциал возможности приобретения квартиры населением края проведем статистический обзор в первую очередь жилья в крае, а также численности населения и средней заработной платы. В результате сопоставления процентных ставок на ипотечные кредиты, средних заработных плат и стоимости жилья определим каковы реальные возможности населения в покупке недвижимости в ипотеку [3].

Приморский край является субъектом Российской Федерации, основанным 20 октября 1938 года. В настоящий момент край занимает площадь 164 673 кв. км, а общая численность населения по состоянию на 1 января 2016 года составляет 1 928 962 чел.

В крае наибольшим потенциалом обладает г. Владивосток — на его долю приходится 57,51 % жилья всего

Таким образом, настоящее время Россия является сырьевой державой, поэтому экономика страны, и соответственно, курс национальной валюты, зависит напрямую от цен на нефть, от событий связанных с нефтяной отраслью (например, по открытию новых месторождений). Так, чем выше цена на российскую нефть, тем сильнее укрепляется национальная валюта. Если цена на нефть наоборот уменьшается, то поступления в бюджет страны от экспорта данного сырья снижаются — курс рубля падает. Данный фактор наиболее сильно влияет на колебания курса доллара к рублю. Чем выше цена на нефть в долларах, тем ниже курс доллара к рублю. А если долларские цены на нефть наоборот начинают падать, то Россия теряет прибыль и вынуждена девальвировать собственную валюту, для того, чтобы рублёвый эквивалент выручки за нефть не сильно снижался.

края. При этом важно отразить, что наибольший спрос в Приморском крае идет на новострой в монолитных и монолитно-кирпичных домах. Это современные тенденции строительства недвижимости должны учитываться при формировании программ ипотеки [2].

Изучим социально экономические возможности населения Приморского края в покупке квартир. При этом рассмотрим возможность покупки квартиры как в новострое, так и на вторичном рынке. Самый популярный сегмент — однокомнатные квартиры. Средняя цена 82,6 тыс. руб. за 1 кв. м., средняя площадь 36 кв.м. Таким образом, оценим потенциал населения Приморского края в покупке квартиры стоимостью 2 млн 973 тыс. руб. (таблица 1).

Таким образом, исследование показывает, что при заработной плате в 32431 руб. населению ипотечный кредит взять в банке будет не возможно. Даже при условии первоначального взноса в 40 % и взятии кредита на 30 лет, минимальный заработок должен составлять 35526 руб.

Таблица 1. Оценка потенциальной возможности покупки наиболее распространенного типа недвижимости населением Приморского края

Показатель	Значение
Численность населения (экономически активного), тыс. чел.	983,2
Средняя заработная плата по краю, руб.	32431
Доля населения с оплатой труда ниже прожиточного минимума, %	18
Возможный вариант ипотечного кредитования	
Процентная ставка по ипотеке, %	14
Срок кредита, лет	30
Доля первоначального взноса	Ежемесячный платеж по ипотеке
40 %	21488
20 %	28181
15 %	29942

В связи с этим, так как в настоящий момент возможность получения ипотечного кредита есть практические у минимального количества населения, система ипотечного кредитования должна быть пересмотрена.

Для того, чтобы ипотечное кредитование развивалось в регионе необходимо внедрение единого направления развития данной политики [4].

В качестве мер предлагается:

- 1) создание государственного фонда по поддержке социального строительства с выделением льготных процентных ставок по кредитам;
- 2) выделение субсидий банкам, участвующим в программах социального ипотечного кредитования на развитие и покрытие убытков, что должно отразиться на заинтересованности банковского бизнеса в выдаче ипотеки по низким ставкам;
- 3) развитие программ по строительству малоэтажного жилья по новейшим технологиям с экономической доступностью. Современные технологии позволяют строить недвижимость по достаточно низким ценам, что, следовательно, должно отражаться и на стоимости жилья, и соответственно на ипотечных кредитах;
- 4) развить систему выдачи процентных льгот ипотечным клиентам банков, которые оплачивают кредиты без задержек;
- 5) формирование единой системы сотрудничества крупнейших банков с застройщиками.

Предлагаемые мероприятия позволят развить рынок жилья, что отразится на ипотечном кредитовании напрямую.

В основе предлагаемых мероприятий в области государственного регулирования заложено в целом организация единого учреждения, полностью отвечающего за регулирование вопросов ипотечного кредитования. В данном случае рекомендовано ОАО «Приморское ипотечное агентство» наделить дополнительными функциями в реализации государственных программ, что позволит сформировать согласованные действия.

Отдельного внимания заслуживает организация процедур регистрации ипотечных договоров. В настоящий момент в регионах Российской Федерации образованы Многофункциональные центры, которые выполняют часть функций в том числе по передаче документов на регистрацию ипотечных договоров. Однако главной проблемой данного процесса является достаточно большое количество документов, необходимых для регистрации [5].

В связи с этим могут быть предложены следующие мероприятия:

- осуществить полный отказ от проведения государственной регистрации сделок;
- установить новые правила осуществления единой учетно-регистрационной процедуры в отношении объектов недвижимости, а также предусмотреть ведение единого Государственного реестра прав (ГРН) исключительно в электронной форме;
- уточнить пределы правовой экспертизы при государственной регистрации прав, в том числе при нотариальном удостоверении сделок;
- предусмотреть более четкую регламентацию оснований отказов и приостановлений при государственной регистрации прав;
- установить порядок внесения отметок в ГРН о наличии судебного спора о правах на недвижимое имущество, о возражении против зарегистрированного права, о невозможности государственной регистрации права без личного участия собственника имущества;
- предусмотреть государственную регистрацию прав, возникающих в силу закона, без заявления правообладателя или правоприобретателя на основании сведений, поступающих в порядке информационного взаимодействия от иных органов и нотариусов;
- установить требования к порядку информационного взаимодействия между органом по государственной регистрации прав и иными органами, и организациями, обладающими сведениями, подлежащими внесению в ГРН, в целях обеспечения максимальной полноты и достоверности ГРН;

— предусмотреть системную регламентацию содержания кадастровой деятельности, включая вопросы ответственности за причинение убытков.

В целом перечень предлагаемых мероприятий позволяет сделать вывод о том, что для Приморского края для улуч-

шения системы государственного регулирования ипотечным кредитованием важно не только создание единого органа, отвечающего за вопросы ипотечного кредитования, но и совершенствование вопросов регистрации ипотечных сделок в соответствии с новым законодательством «Об Ипотеке».

Литература:

- 1 Власов А. В. Гражданско-правовое регулирование ипотечного кредитования в жилищной сфере Российской Федерации // Экономика и право. XXI век. 2011. № 3. С. 185–190.
- 2 Мишина Л. А., Власов А. В. Проблемы и перспективы развития private banking в России в современных условиях // Путеводитель предпринимателя. 2015. № 26. С. 196–202.
- 3 Мукабенова, А. В. Ипотечное кредитование // Молодой ученый. — 2013. — № 6. — С. 379–381.
- 4 Указ Президента от 07.05.2012 № 600 «О мерах по обеспечению граждан Российской Федерации доступным и комфортным жильем и повышению качества жилищно-коммунальных услуг»;
- 5 Государственная программа Приморского края «Обеспечение доступным жильем и качественными услугами жилищно-коммунального хозяйства населения Приморского края» на 2013–2017 годы»

Логистизация кластерного подхода развития региональной экономики

Еременко Игорь Анатольевич, кандидат экономических наук, доцент;

Еременко Татьяна Игоревна, аспирант

Донской государственный технический университет

Предваряя исследования, выделим основные факторы, определяющие роль логистики в экономике в целом. Нельзя не согласиться с В.Ф Горшениным, что таковыми являются следующие факторы, представленные на рисунке 1. [1]

Рассмотрим подробнее каждый из указанных факторов. Экономический фактор определяется сущностью логистики, что выражается в оптимизации затрат по доведению товара от производителя к потребителю и максимальном удовлетворении потребностей последнего.

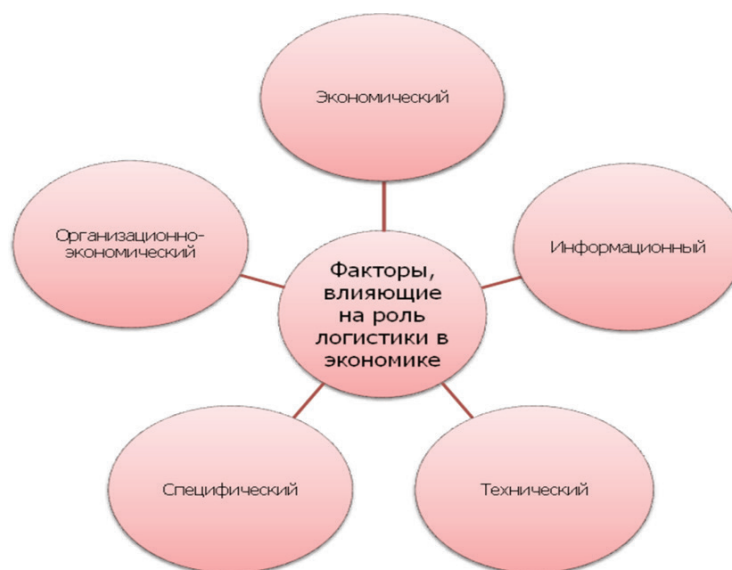


Рис. 1. Факторы, влияющие на роль логистики в экономике

Организационно-экономический фактор связан с кооперационной и интеграционной сущностью логистических процессов, когда взаимодействуют производители, посред-

ники, складские и транспортные хозяйства. Информационный фактор выражается, с одной стороны, в генерации информационных потоков на каждом этапе логистиче-

ской цепи, а с другой стороны, в управлении данной информацией для выстраивания эффективной логистической системы.

Технический фактор определяется важностью использования технических достижений для управления материальными потоками. И, наконец, специфический фактор связан с необходимостью государственной поддержки процессов товародвижения.

Логистика оказывает влияние на экономическую политику государства и органов местного самоуправления. В. Ф. Горшенин выделяет следующие причины указанного влияния:

- координационные функции органов власти;
- использование логистических структур для государственных нужд;
- экономия бюджетных средств;
- развитие межотраслевых связей в регионе;
- включение региональных логистических систем в международные логистические структуры.

В. Ф. Горшенин справедливо отмечает, что государственное управление товаропотоками должно иметь программную основу с мерами поддержки и контроля. [1]

Логистическая система национальной экономики опирается на инфраструктуру территорий. В связи с этим логично перейти к определению сущности региональной логистической системы (РЛС), которая выступает основной составляющей логистической системы в целом. М. Афанасьев и Л. Мясникова дают, по нашему мнению, наиболее емкое определение: «РЛС — это большая сложная адаптивная стохастическая система, характеризующаяся большим количеством элементов, сложным характером взаимодействия между ними, многовариантностью и многоассортиментностью товароматериальных потоков, наличием большого количества логистических сложных операций и функций, которые выполняются логистическими посредниками и другими участниками системы». [2]

Указанные авторы предлагают выделить следующие элементы региональной логистической системы (см. табл. 1)

Таблица 1. Составляющие региональной логистической системы [2]

Элемент региональной логистической системы	Характеристика элемента
промышленный узел	совокупность производственных и социальных объектов на компактной территории
транспортный узел	сочетание транспортных коммуникаций, производственных зон и населенных пунктов
территориально-производственный комплекс	технологически интегрированные производства в масштабах межрегионального, национального или мирового рынков
агломерация	территориальная концентрация социальных, производственных и транспортных объектов
кластер	«сеть независимых производственных, сервисных фирм, включая их поставщиков, создателей технологий и ноу-хау (университеты, научно-исследовательские институты, инжиниринговые центры), связующих рыночных институтов (брокеры, консультанты) и потребителей, взаимодействующих друг с другом в рамках единой системы создания стоимости»

Региональная логистическая система опирается на эффективное управление финансовыми, материальными, сервисными и информационными потоками. Основой является материальный поток, а его движение обеспечивается региональной транспортной системой, которая выступает, в свою очередь, фундаментом системы логистики.

В. М. Марченко выделяет следующие важнейшие принципы функционирования региональных транспортно-логистических систем [3]:

1. Строительство и развитие современных высокотехнологичных терминальных комплексов в транспортных узлах.
2. Обеспечение единой ответственности на всех этапах логистической цепи.
3. Формирование института регионального логистического транспортного сервиса для повышения эффективности сбыта и доставки продукции.
4. Создание региональных распределительных центров в формате мультимодальных терминалов.
5. Использование информационных технологий для контроля движения транспортных средств и грузов.

Т. А. Прокофьева резюмирует, что под региональной логистической транспортно-распределительной системой понимается совокупность интегрированных элементов товаропроводящей сети, включающей различные объекты логистической инфраструктуры общесетевых транспортных узлов, оптовой и розничной торговой сети, расположенных на территории региона, обеспечивающих реализацию общей цели системы, согласованной с общерегиональными социально-экономико-экологическими целями, и получение максимального синергетического эффекта на основе интеграции материальных, финансовых, кадровых, сервисных и информационных потоков. [4]

Организационно-функциональная структура подобной системы включает два крупных блока: функциональные и обеспечивающие подсистемы.

К функциональным относят:

- общесетевой транспортный узел;
- логистических посредников;
- региональные распределительные центры.

К обеспечивающим подсистемам относят:

- региональную интегрированную информационную подсистему;
- подсистему финансового обеспечения;
- нормативно-правовое обеспечение с подсистемой государственной поддержки и регулирования;
- научно-техническое и кадровое обеспечение, инфраструктуру.

Вертикальная и горизонтальная, внутриотраслевая и межотраслевая интеграции и кооперации выступают платформой для региональной логистической инфраструктуры. Такая платформа представляет собой *систему кластеров*.

Развитие кластеров осуществляется в соответствии с общеэкономическими задачами, что выражается в соответствующей кластерной политике, которая является частью промышленной политики.

Согласимся с М. А. Оркушей, что современная промышленная политика имеет не отраслевой, а региональный характер. Высокая конкурентоспособность территории обеспечивается положением кластеров, как «концентрированного» сообщества компаний, выступающих одновременно партнерами и конкурентами. [5]

По мнению И. В. Пилипенко кластерная политика позволит решить следующие задачи [6]:

1. Кластерная политика позволяет преодолеть высокую степень монополизации территориальных рынков и повысить общую конкурентоспособность экономики.

2. Центральным объектом кластерной политики выступает микроэкономика, особое внимание уделяется углублению кооперационных связей предприятий и повышению эффективности использования местных факторов производства.

3. Кластерная политика реализуется на основе тесного взаимодействия органов власти, бизнеса, науки и образования. Такой подход формирует инновационный потенциал, прежде всего малого и среднего бизнеса как основы любого кластера.

Таким образом, кластерная политика нацелена не только на укрепление хозяйственных связей между экономическими субъектами, но и способствуют упрощению и удешевлению доступа к новым технологиям, облегчает выход на внешний рынок, обеспечивает снижение транзакционных издержек.

Традиционно рассматриваются две основные модели кластерной политики: либеральную и дирижистскую. Соответственно, в первом случае участие государства минимально, а во втором — наоборот. основополагающие отличия дирижистской модели кластерной политики от классической либеральной представлены в таблице 2.

Таблица 2. **Отличия дирижистской кластерной политики от либеральной [7]**

Дирижистская модель	Классическая либеральная модель
Выбор приоритета	
Дирижисты на государственном уровне выбирают отраслевые и региональные приоритеты и те кластеры, которые намерены развивать.	Либералы «выращивают» кластеры, которые изначально были сформированы рынком.
Создание инфраструктуры	
Дирижисты целенаправленно создают инфраструктуру для приоритетных кластеров: филиалы университетов, аэропорты, дороги.	Либеральные правительства редко участвуют в создании инфраструктуры для кластеров.
Выбор региона	
Дирижисты самостоятельно выбирают регион для создания кластера, а также определяют объем его финансирования.	Либералы создают стимулы для региональных властей, ответственных за создаваемый кластер.

В России создание и развитие кластеров требует государственной поддержки в форме создания условий для взаимодействия поставщиков, производителей, покупателей и органов управления.

И. Г. Меньшенина, Л. М. Капустина в качестве примера конкурентоспособного кластера приводят Академгородок Новосибирска, где в настоящее время работает около 150 высокотехнологичных компаний в разных отраслях хозяйства.

При этом более 20 компаний, работающих в Академгородке в отрасли ИКТ, формируют в настоящее время классический локальный ИТ-кластер, где они взаимодействуют как между собой, так и с научными и образовательными

учреждениями — поставщиками высококвалифицированных сотрудников для этих фирм. Основной специализацией компаний является оффшорное программирование, что дало возможность, с одной стороны, избежать «утечки мозгов» за рубеж, а с другой стороны, одновременно резко повысить производительность труда и уровень жизни в районе. В настоящее время Новосибирск является третьим после Москвы и Санкт-Петербурга центром ИТ-отрасли в России, и сибирские компании постепенно диверсифицируют свое производство, ориентируясь также на внутренний рынок. [8]

На рисунке 2 показано влияние кластеров на общую экономическую политику.



Рис. 2. Влияние кластеров на общую экономическую политику [9]

Как отмечает Т. Е. Евтодиева, кластерный подход к развитию экономики региона обладает следующими преимуществами:

1. Кластеры содержат механизм распространения новых технологий, знаний, продукции.
2. Возможность внутренней специализации обеспечивает предприятиям кластера возможность быстрого внедрения инноваций с минимальными затратами и, соответственно, конкурентные преимущества.

3. В кластеры включены малые предприятия как гибкие экономические структуры, позволяющие формировать «точки инновационного роста».

В зависимости от специфики деятельности Т. Е. Евтодиева выделяет следующие основные типы кластеров (см. табл. 3)

В качестве примера можно привести кластеры Ростовской области, представленные в таблице 4.

Таблица 3. Типы кластеров [9]

Тип кластера	Основные характеристики
Дискретные кластеры	Включают предприятия, производящие физические товары и связанные с ними услуги, состоящие из дискретных компонентов, включая предприятия автомобилестроения, авиационной промышленности, судостроения, двигателестроения, иных отраслей машиностроительного комплекса, а также организации строительной сферы и производства строительных материалов. В состав обычно входят малые и средние компании-поставщики, развивающиеся вокруг сборочных предприятий и строительных организаций.
Процессные кластеры	Включают предприятия, относящиеся к так называемым процессным сферам деятельности, таким как химическая, целлюлозно-бумажная, металлургическая отрасль, а также сельское хозяйство, пищевая промышленность и другие.
Инновационные и «творческие» кластеры	Развиваются в так называемых новых секторах экономики, таких как информационные технологии, биотехнологии, новые материалы, а также в секторах услуг, связанных с осуществлением творческой и креативной деятельности.
Туристические	Формируются на базе туристических активов в регионе и состоят из предприятий различных секторов, связанных с обслуживанием туристов.
Транспортно-логистические	Включают в себя комплекс инфраструктуры и компаний, специализирующихся на хранении, сопровождении и доставке грузов и пассажиров.

Таблица 4. Важнейшие кластеры Ростовской области [10]

Наименование кластера	Дата создания кластера	Отраслевая направленность кластера	Участники кластера	Отраслевой орган исполнительной власти, курирующий кластер
Инновационно-технологический кластер «Южное созвездие»	29.01.2015	промышленность (авиакосмическая отрасль, приборостроение, радиоэлектроника, новые материалы, системы управления, навигации и связи)	ПАО «Таганрогский научно-технический комплекс им. Г. М. Бериева», ОАО «Гранит», ОАО «Азовский оптико-механический завод», ОАО «Алмаз», ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет», ОАО «Региональная корпорация развития»	министерство промышленности и энергетики Ростовской области
Инновационный территориальный кластер морского приборостроения «Морские системы»	10.07.2015	судостроительная промышленность и морская техника	АО «Таганрогский завод «Прибой», ООО «Конструкторское бюро морской электроники «Вектор», ЗАО «Научно-производственное предприятие «Нелинейные акустические системы», ГБПОУ РО «Таганрогский колледж морского приборостроения», НП «Единый региональный центр инновационного развития Ростовской области»	министерство промышленности и энергетики Ростовской области
Кластер информационно-коммуникационных технологий	01.07.2015	информационно-коммуникационные технологии	Ростовское отделение Кавказского филиала ПАО «МегаФон», ОАО КБ «Центр-Инвест», ООО «Риттал», группа компаний «ГЭНДАЛЬФ», ООО «Научно-производственное предприятие «ВНИКО», ФГБОУ ВО «Донской государственный технический университет», Ассоциация НП ИТЦ «ИнТех-Дон»	министерство информационных технологий и связи Ростовской области
Инновационный территориальный кластер «Донские молочные продукты» по производству и переработке молочной продукции в Ростовской области	19.01.2015	производство и переработка молочной продукции	ЗАО «Кировский конный завод», ООО «Дон-Агро», СПК-колхоз «50 лет Октября», ООО «Южное молоко», ФГБОУ ВО «Донской государственный аграрный университет», ОАО «Региональная корпорация развития»	министерство сельского хозяйства и продовольствия Ростовской области
Винный территориальный кластер «Долина Дона»	08.09.2015	виноградарство и виноделие, наука, образование, туризм	ООО «Ростшампанкомбинат», ООО «Янтарное», ООО «ДонВинПром», ФГБОУ ВО «Донской государственный технический университет», ИП Пилипко Т. С.	департамент потребительского рынка Ростовской области

Кроме того, в Ростовской области запланирована реализация проектов по созданию кластеров вертолетостроения, станкостроения, агропромышленного кластера, мясного кластера (по разведению крупного рогатого скота мясных пород), биомедицинского кластера.

Как отмечалось выше, важнейшим видом логистических кластеров является транспортный кластер, формирующий ядро региональной логистической системы и схематично представленный на рисунке 3.



Рис. 3. Структура транспортно-логистического кластера [11]

Транспортно-логистический кластер создаёт условия для эффективного функционирования экономики региона. Типовая модель функционирования транспортно-логистического кластера разработана Т. А. Прокофьевой, В. В. Клименко (см. рисунок 4) и может быть принята за основу при разработке кластерной политики регионов.

Исследование условий и особенностей жизнедеятельности транспортно-логистических кластерных образований позволило определить региональный транспортно-логистический кластер (ТЛК) как объединение хозяйствующих муниципальных субъектов на обособленном участке интегрированной логистической цепи. Это объединение основано на использовании региональной логистической инфраструктуры и направлено на повышение уровня транспортно-логистического обслуживания грузопотоков.

Транспорт является системообразующей отраслью, важнейшей составной частью производственной и социальной инфраструктуры региона. Тенденции развития экономики и социальной сферы Ростовской области, ее стратегические интересы являются обоснованной базой определения перспектив, стратегических целей и динамики развития транспортного комплекса Ростовской области. Экономическая специализация промышленности и сельского хозяйства, территориальная дифференциация

социальных условий жизни обуславливают пространственные особенности функционирования транспорта региона, формируют специфику межрегиональных транспортных связей.

Новым промышленно-транспортным кластером Ростовской агломерации является Южный узел, расположенный в левобережной части города Ростова-на-Дону и прилегающей территории, которая включает в себя инженерную инфраструктуру Южной Батайской промзоны, технопарка, логистических комплексов, международный аэропорт «Южный» в Батайске («Южный хаб»), мосты через реку Дон.

Сочетание в одном месте морского, речного, воздушного транспорта, развитого железнодорожного узла, федеральных автодорог делает Ростовскую агломерацию локомотивом экономического роста ЮФО, способным потянуть за собой развитие многих регионов Северного Кавказа. В частности, строительство нового аэропорта позволит решить поставленную Президентом РФ задачу развития местных авиалиний, что является индикатором качества жизни населения регионов.

Таким образом, национальная экономика характеризуется в настоящее время формированием логистической инфраструктуры, опирающейся на ключевые региональные

кластеры. Преимущества одного региона экстраполируются на экономику соседних регионов, способствуя развитию социальной сферы. Наблюдаемое переформатирование хо-

зяйственных связей внутри страны обеспечит повышение конкурентоспособности российской экономики на международном рынке.



Рис. 4. Модель транспортно-логистического кластера [12]

Литература:

1. Горшенин, В.Ф. Логистические подходы в управлении устойчивым развитием региона [Текст] / В. Ф. Горшенин // Сб. статей Междунар. научно-метод. конферен. — Изд-во ЮУрГУ, Челябинск, 2001, С 68–71.
2. Афанасьев, М., Мясникова, Л. Мировая конкуренция и кластеризация экономики [Текст] / М. Афанасьев, Л. Мясникова // Вопросы экономики. — 2005. — № 4., с. 75–86
3. Марченко, В. М. Методологические аспекты управления транспортными процессами при организации перевозки грузов [Текст] / В. М. Марченко // Российское предпринимательство. — 2006. — № 10., с. 103–105.
4. Прокофьева, Т. А. Региональные аспекты логистики и проблемы формирования интегрированных транспортно-распределительных систем [Текст] / Т. А. Прокофьева // Тез. док. на междунар. семинаре «Логистика в современном бизнесе» в рамках выставки «ТРАНСРОССИЯ-2001». — М: ГУ ВШЭ Международный Центр Логистики, 2001.
5. Оркуша, М. А. Особенности региональной промышленной политики России на современном этапе [Текст] / М. А. Оркуша // Вестник Российского государственного гуманитарного университета. — 2014. — № 21. — с. 223–232 <http://cyberleninka.ru/journal/n/vestnik-rossiyskogo-gosudarstvennogo-gumanitarnogo-universiteta>
6. Пилипенко, И. В. Кластерная политика в России [Текст] / И. В. Пилипенко // Общество и экономика. — 2007. — № 8, с. 28
7. Шаповалов, А. Россия перешла в подготовительный кластер [Текст] / А. Шаповалов // Газета Коммерсантъ. — 2006. — № 51. — 24 марта, с.20
8. Меньшенина, И. Г., Капустина, Л. М. Кластерообразование в региональной экономике [Текст] / И. Г. Меньшенина, Л. М. Капустина. Монография. — Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2008., с.97
9. Евтодиева, Т. Е. Логистический кластер как фактор конкурентоспособности региона [Текст] / Т. Е. Евтодиева // Человеческий капитал и профессиональное образование. — 2015. — № 2, с.40
10. Реестр кластеров Ростовской области [Электронный ресурс] URL: <http://www.donland.ru/economy/Innovac/Infrastruktura/Klastery/?pageid=128999> (дата обращения 20.05.2016)
11. Евтодиева, Т. Е. Характерные особенности организационных форм логистики в условиях неэкономии [Текст]: монография / Т. Е. Евтодиева; науч. ред. Д. В. Чернова. — Самара: Изд-во Самар. гос. экон. ун-та, 2011. — 168с. — С.125
12. Прокофьева Т. А., Клименко В. В. Методологические аспекты построения кластерной модели транспортно-логистической инфраструктуры региона // Логистика и управление цепями поставок. — 2011. — № 6 — [Электронный ресурс] URL: <http://lscm.ru/index.php/ru/po-godam/item/1122> (дата обращения 25.05.2016)

Молодой ученый

Международный научный журнал
Выходит два раза в месяц

№ 12 (116) / 2016

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ:

Главный редактор:

Ахметов И. Г.

Члены редакционной коллегии:

Ахметова М. Н.
Иванова Ю. В.
Каленский А. В.
Куташов В. А.
Лактионов К. С.
Сараева Н. М.
Абдрасилов Т. К.
Авдеюк О. А.
Айдаров О. Т.
Алиева Т. И.
Ахметова В. В.
Брезгин В. С.
Данилов О. Е.
Дёмин А. В.
Дядюн К. В.
Желнова К. В.
Жуйкова Т. П.
Жураев Х. О.
Игнатова М. А.
Калдыбай К. К.
Кенесов А. А.
Коварда В. В.
Комогорцев М. Г.
Котляров А. В.
Кузьмина В. М.
Кучерявенко С. А.
Лескова Е. В.
Макеева И. А.
Матвиенко Е. В.
Матроскина Т. В.
Матусевич М. С.
Мусаева У. А.
Насимов М. О.
Паридинова Б. Ж.
Прончев Г. Б.
Семахин А. М.
Сенцов А. Э.
Сенюшкин Н. С.
Титова Е. И.
Ткаченко И. Г.

Фозилов С. Ф.

Яхина А. С.

Ячнинова С. Н.

Международный редакционный совет:

Айрян З. Г. (Армения)
Арошидзе П. Л. (Грузия)
Атаев З. В. (Россия)
Ахмеденов К. М. (Казахстан)
Бидова Б. Б. (Россия)
Борисов В. В. (Украина)
Велковска Г. Ц. (Болгария)
Гайич Т. (Сербия)
Данатаров А. (Туркменистан)
Данилов А. М. (Россия)
Демидов А. А. (Россия)
Досманбетова З. Р. (Казахстан)
Ешиев А. М. (Кыргызстан)
Жолдошев С. Т. (Кыргызстан)
Игисинов Н. С. (Казахстан)
Кадыров К. Б. (Узбекистан)
Кайгородов И. Б. (Бразилия)
Каленский А. В. (Россия)
Козырева О. А. (Россия)
Колпак Е. П. (Россия)
Куташов В. А. (Россия)
Лю Цзюань (Китай)
Малес Л. В. (Украина)
Нагервадзе М. А. (Грузия)
Прокопьев Н. Я. (Россия)
Прокофьева М. А. (Казахстан)
Рахматуллин Р. Ю. (Россия)
Ребезов М. Б. (Россия)
Сорока Ю. Г. (Украина)
Узаков Г. Н. (Узбекистан)
Хоналиев Н. Х. (Таджикистан)
Хоссейни А. (Иран)
Шарипов А. К. (Казахстан)

Руководитель редакционного отдела: Кайнова Г. А.
Ответственные редакторы: Осянина Е. И., Вейса Л. Н.
Художник: Шишков Е. А.
Верстка: Бурьянов П. Я., Голубцов М. В., Майер О. В.

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

АДРЕС РЕДАКЦИИ:

почтовый: 420126, г. Казань, ул. Амирхана, 10а, а/я 231;
фактический: 420029, г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, д. 25.
E-mail: info@moluch.ru; <http://www.moluch.ru/>

Учредитель и издатель:

ООО «Издательство Молодой ученый»

ISSN 2072-0297