

МОЛОДОЙ

ISSN 2072-0297

УЧЁНЫЙ

ежемесячный научный журнал

Высшее учение — это не только знание, но и сознание, то есть умение пользоваться знанием как следует.

**БОЯРСКАЯ ДУМА
ДРЕВНЕЙ РУСИ**
В. КАРОЧЕВСКОГО

**КУРОСЬ
РУССКОЙ ИСТОРИИ.**
Проф. В. Ключевского.

Часть I.
Издание третье

Английские ученые — восток науки, немецкие — восток науки, французские — восток науки.

Науку часто смешивают со знанием. Это грубое недоразумение. Наука есть не только знание, но и сознание, то есть умение пользоваться знанием как следует.

Нико Слютерман из света во враждебном толпе не видит никого из своих врагов, но саркастично улыбается им.

Жалоба, что нас не понимают, чаще всего происходит от того, что мы не понимаем людей.

2
2015
Часть III

ISSN 2072-0297

Молодой учёный

Ежемесячный научный журнал

№ 2 (82) / 2015

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ:

Главный редактор: Ахметова Галия Дуфаровна, доктор филологических наук

Члены редакционной коллегии:

Ахметова Мария Николаевна, доктор педагогических наук

Иванова Юлия Валентиновна, доктор философских наук

Каленский Александр Васильевич, доктор физико-математических наук

Лактионов Константин Станиславович, доктор биологических наук

Сараева Надежда Михайловна, доктор психологических наук

Авдеюк Оксана Алексеевна, кандидат технических наук

Алиева Тарана Ибрагим кызы, кандидат химических наук

Ахметова Валерия Валерьевна, кандидат медицинских наук

Брезгин Вячеслав Сергеевич, кандидат экономических наук

Данилов Олег Евгеньевич, кандидат педагогических наук

Дёмин Александр Викторович, кандидат биологических наук

Дядюн Кристина Владимировна, кандидат юридических наук

Желнова Кристина Владимировна, кандидат экономических наук

Жуйкова Тамара Павловна, кандидат педагогических наук

Игнатова Мария Александровна, кандидат искусствоведения

Коварда Владимир Васильевич, кандидат физико-математических наук

Комогорцев Максим Геннадьевич, кандидат технических наук

Котляров Алексей Васильевич, кандидат геолого-минералогических наук

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

Матроскина Татьяна Викторовна, кандидат экономических наук

Мусаева Ума Алиевна, кандидат технических наук

Насимов Мурат Орленбаевич, кандидат политических наук

Прончев Геннадий Борисович, кандидат физико-математических наук

Семахин Андрей Михайлович, кандидат технических наук

Сенюшкин Николай Сергеевич, кандидат технических наук

Ткаченко Ирина Георгиевна, кандидат филологических наук

Яхина Асия Сергеевна, кандидат технических наук

На обложке изображен Василий Осипович Ключевский (1841–1911) — российский историк, академик Императорской Санкт-Петербургской Академии наук, председатель Императорского Общества истории и древностей российских.

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

АДРЕС РЕДАКЦИИ:

420126, г. Казань, ул. Амирхана, 10а, а/я 231. E-mail: info@moluch.ru; <http://www.moluch.ru/>.

Учредитель и издатель: ООО «Издательство Молодой ученый»

Тираж 1000 экз.

Отпечатано в типографии издательства «Молодой ученый», г. Казань, ул. Академика Арбузова, д. 4

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

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

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

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

Ответственные редакторы:

Кайнова Галина Анатольевна

Осянина Екатерина Игоревна

Международный редакционный совет:

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

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

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

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

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

Гайич Тамара, *доктор экономических наук (Сербия)*

Данатаров Агахан, *кандидат технических наук (Туркменистан)*

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

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

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

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

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

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)*

Лю Цзюань, *доктор филологических наук, профессор (Китай)*

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

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

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

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

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

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

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

Узаков Гулом Норбоевич, *кандидат технических наук, доцент (Узбекистан)*

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

Хоссейни Амир, *доктор филологических наук (Иран)*

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

Художник: Евгений Шишков

Верстка: Максим Голубцов

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

Агафонова Л. Н.

Преимущества и риски при переводе бюджетного учреждения в автономное учреждение 241

Агекян Л. С.

Риски в финансовом менеджменте: их виды и оценка 243

Ахунова Ш. Н.

К проблемам оптимизации налоговой нагрузки субъектов предпринимательства 246

Ашуров М. С., Файзуллаев Ж. И.

Факторы снижения рисков инвестиционно-инновационной деятельности в экономике Узбекистана 248

Бархатов А. Ф., Зайковская А. С.

Экономическая целесообразность утилизации попутного нефтяного газа в Томской области 250

Беседин К. В.

Сингапурская модель экономики для развития бизнеса на современном этапе 253

Бойчук И. И.

Оценка состояния продовольственной безопасности (на примере Самарской области) 255

Вьюнов В. Н., Нур Ф. И., Пискарев А. Е.,

Иванова Т. А., Самсонова М. А.,

Сидельникова А. А.

Евразийская интеграция: сложный и длинный путь 258

Дорохова В. А.

О государственном регулировании и поддержке в новых экономико-политических условиях 260

Еремеев Е. И.

Теория и методология развития территориальных агломераций 262

Зубарев И. А., Стригина М. О.

Управление финансовыми рисками хозяйственной деятельности предприятия пищевой промышленности 265

Казakov Н. А.

Строительная индустрия в народно-хозяйственном комплексе страны 268

Кравчук Д. И., Кравчук В. И.

Роль естественных монополий в экономике России 270

Кравчук Д. И., Кравчук В. И.

Проблемы и пути решения управления дебиторской задолженностью на предприятии 272

Курпаяниди К. И.

К вопросу научного подхода к построению аутсорсинговой бизнес-модели современной предпринимательской структуры 274

Маркова И. Д.

Некоторые теоретические аспекты маркетинга территорий 277

Маркушенок К. А.

Russian — Chinese innovation cooperation 280

Мельникова Т. Ф., Мельникова А. В.,

Мельникова В. Л., Яикбаева А. И.

Оценка эффективности организационной структуры торгового предприятия 282

Митрофанова К. Б.

Понятие кредитного риска и факторы, на него влияющие 284

Муминова Э. А.

Некоторые аспекты мотивации в инновационной деятельности хозяйствующих субъектов 288

Новиков А. В., Давлетгареева Т. Б.

Выход компаний на рынок ценных бумаг и факторы, влияющие на их курс 291

Однокоз В. Г. Конкурентоспособность российских банков на международном рынке банковских услуг 292	Смилга Р. Э. Информационные технологии управления компанией (корпорацией)..... 323
Патрахина Т. Н., Вялкова К. С. Понятие «личный бренд», области его применения: теоретические аспекты 294	Сунакбаев Ш. К. Через объединение — к росту благосостояния 325
Попова И. Ю. Информационная составляющая упаковки, как одна из составляющих конкурентных преимуществ предприятий индустрии питания 297	Тарасова А. И. Экономические и государственные методы регулирования зернового рынка 328
Потеряхина Т. П. Экономическая сущность расходов организации..... 300	Федоров В. А. К вопросу о возможности оптимизации маршрутной сети городского пассажирского транспорта в мегаполисах 331
Прохорова И. А. Особенности эмиссии ценных бумаг как способа мобилизации инвестиционных ресурсов 303	Федоров В. А. Современные задачи и проблемы натуральных обследований пассажиропотоков (на примере Санкт-Петербурга) 333
Рослова И. С. Предпосылки развития предпринимательства в сфере жилищно-коммунального хозяйства г. Санкт-Петербурга..... 306	Хадиятулина Т. А. Внедрение программного бюджета на местном уровне в Калужской области (на примере городов Калуга и Обнинск)..... 342
Руткевич Е. В. Особенности использования концепции маркетинга в управлении предприятиями Республики Беларусь..... 309	Цибанова Н. Н. Кoeffициенты эффективности работы магазинов fashion-ритейла 344
Сатторкулов О. Т., Обидов Р. А., Турдикулова Ш. О. Роль и значение малого бизнеса и частного предпринимательства в современных условиях 315	Шаманина Л. Ю. Развитие системы транспортного страхования внешнеэкономической деятельности Российской Федерации в условиях глобализации 349
Сатторкулов О. Т., Рахматов К. У. Роль промышленности в инновационном развитии и модернизации экономики 318	Шеховцев Е. А. Этапы формирования стратегии венчурного финансирования в условиях кризиса..... 352
Серёмина Р. Н. Проблемы современного рынка авиационного страхования 321	Шолтун Е. Н. Организация маркетинговой деятельности на примере предприятия ОДО «Георемстрой» 355
	Щербаков М. А. Приоритетные направления международной деятельности российских банков 361

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

Преимущества и риски при переводе бюджетного учреждения в автономное учреждение

Агафонова Людмила Николаевна, магистрант
Тольяттинский государственный университет (Самарская обл.)

Проведен анализ основных особенностей деятельности, преимуществ и рисков при переводе бюджетного учреждения в автономное учреждение.

Ключевые слова: *риск, автономное учреждение, управление.*

Автономное учреждение — это некоммерческое образование, созданное Российской Федерацией, субъектом Российской Федерации для исполнения работ, оказания услуг в целях осуществления предусмотренных законодательством Российской Федерации полномочий органов государственной власти, полномочий органов местного самоуправления в сферах науки, образования, здравоохранения, культуры, социальной защиты, занятости населения, физической культуры и спорта, а также в иных сферах.

Автономное учреждение в сравнении с бюджетным имеет определенные особенности при проведении своей деятельности, установленные правовым статусом учреждения. На данный момент имеет место ужесточение условий использования внебюджетных средств бюджетными организациями в соответствии с новой редакцией Бюджетного кодекса Российской Федерации. Возросшая финансово-хозяйственная самостоятельность автономных учреждений предоставляет ряд привилегий для функционирования в сравнении с бюджетным. Следует перечислить основные преимущества от организации автономного учреждения по сравнению с его работой в форме бюджетного:

1. Учредитель автономного учреждения в обязательном порядке устанавливает для учреждения государственное (муниципальное) задание на предоставление услуг и осуществляет финансовое обеспечение исполнения задания с учетом расходов на содержание недвижимого имущества и особо ценного движимого имущества.

2. Автономное учреждение самостоятельно распределяет и использует полученную из бюджета субсидию (субвенцию) на выполнение задания учредителя, неся при этом ответственность за своевременное и полное исполнение задания, предоставление услуг соответствующего качества в рамках его исполнения и достижение установленных показателей результативности.

3. Автономное учреждение самостоятельно в распоряжении доходами, полученными от оказания платных услуг или исполнения работ по договорам помимо исполнения задания учредителя.

4. Автономное учреждение вправе открывать счета в кредитных организациях; расходование средств автономным учреждением не контролируется органами Казначейства Российской Федерации.

5. Автономное учреждение не является государственным (муниципальным) заказчиком и не обязано расходовать бюджетные средства на финансирование исполнения задания учредителя через процедуру государственного (муниципального) заказа.

6. Автономное учреждение вправе привлекать заемные средства в рамках осуществления своей деятельности.

7. Для автономного учреждения, созданного путем изменения типа существующего бюджетного учреждения, законодательством предусмотрена возможность в установленных случаях «вернуться» в форму бюджетного учреждения без переоформления разрешительных документов [1].

Преимущества и риски для учреждения при переводе его в форму автономного учреждения могут заключаться в следующем:

1. Автономное учреждение извлекает доходы из двух основных источников:

а) бюджетное финансирование исполнения задания учредителя, содержание недвижимого и особо ценного движимого имущества, уплаты налогов и развития учреждения в рамках утвержденных программ;

б) доходы от предпринимательской деятельности помимо исполнения задания учредителя. При этом доходы автономного учреждения поступают в его собственное распоряжение (собственник имущества автономного уч-

Таблица 1. Основные особенности функционирования бюджетных учреждений и автономных учреждений [1]

Показатель	Бюджетное учреждение (БУ)	Автономное учреждение (АУ)
Управление учреждением		
Органы управления	Учредитель, руководитель; наблюдательный совет не является обязательным органом. Также см. ст. 158 БК РФ, определяющую бюджетные полномочия главного распорядителя (распорядителя) бюджетных средств.	Учредитель, наблюдательный совет, руководитель и иные органы, предусмотренные Законом об автономных учреждениях № 174-ФЗ и уставом автономного учреждения (п.2 ст. 8 и ст. 9 174-ФЗ)
Финансирование		
Участие учредителя в финансировании учреждения	В соответствии со ст. 120 ГК РФ, бюджетные учреждения полностью или частично финансируются собственником их имущества. В соответствии с новой редакцией БК РФ (ст. 41), доходы учреждений от использования имущества, находящегося в государственной и муниципальной собственности, и платных услуг включаются в состав неналоговых доходов бюджетов (<i>после принятия соответствующего Федерального закона</i>).	В соответствии с п.3 ст. 4 Закона об автономных учреждениях № 174-ФЗ, учредитель финансирует: Выполнение учреждением задания по нормативам; Расходы на содержание недвижимого и особо ценного движимого имущества, закрепленного за АУ на праве оперативного управления; Расходы на уплату налогов, в качестве объекта налогообложения по которым признается недвижимое и особо ценное движимое имущество, в т.ч. земельные участки; Расходы на развитие АУ в рамках программ, утвержденных в установленном порядке.

реждения не имеет права на получение доходов от осуществления деятельности автономным учреждением). Высокий уровень финансовой самостоятельности автономного учреждения дает ему возможность существенного увеличения внебюджетных доходов.

2. Одним из основных рисков для автономного учреждения является вероятность понижения объема государственного (муниципального) задания и, соответственно, величины бюджетного финансирования. Способом нейтрализации данного риска может служить разработка и принятие регионального или местного бюджета на трехлетний период либо утверждение перспективного финансового плана с выделением на среднесрочную перспективу строки «субсидии автономным учреждениям» с неснижаемым из года в год плановым объемом ассигнований. Необходимо отметить, что риск понижения объемов бюджетного финансирования существует также и для бюджетных учреждений.

3. Риском для автономного учреждения также является возможность банкротства кредитного учреждения, в котором автономное учреждение открыло счет. В качестве способа нейтрализации данного риска можно предложить выбор учреждением для открытия счета наиболее надежных банков — например, таких, существенная доля акций которых находится в государственной собственности (Сбербанк РФ, Внешторгбанк и пр.).

4. Для автономного учреждения имеет место значимый риск невозможности исполнения своих обяза-

тельств перед кредиторами. В соответствии с пунктами 4, 5 статьи 2 Закона об автономных учреждениях, автономное учреждение отвечает по своим обязательствам, а собственник имущества автономного учреждения не несет ответственности по обязательствам автономного учреждения. Таким образом, автономное учреждение в случае невозможности исполнения своих обязательств перед кредиторами отвечает по обязательствам своим движимым имуществом, приобретенным за счет собственных средств учреждения, а также денежными средствами на своих банковских счетах.

5. Немаловажным для автономного учреждения является также риск несвоевременного финансирования исполнения задания учредителя и (или) поступления доходов от оказания платных услуг и исполнения работ по договорам помимо исполнения задания. Задержка при перечислении субсидии (субвенции) на выполнение задания учредителя в соответствии с установленным графиком может привести к невыполнению автономным учреждением своих обязательств перед персоналом и внешними контрагентами, несоблюдению гарантий получателям услуг, что может привести к потере платежеспособности учреждения и снижению объемов и (или) качества оказываемых услуг. Что касается доходов от оказания платных услуг и исполнения работ по договорам помимо исполнения задания учредителя, то практика показывает, что сокращение доходов от платных услуг до 10% относительно плановых показателей позволяет учреждению относительно безболезненно по-

крыть свои обязательства за счет переноса на более поздний срок некоторых расходов. Более значительные сокращения внебюджетных доходов, как правило, приводят к серьезным последствиям и оказывают негативное влияние на качество и объемы оказываемых учреждением услуг.

Автономные учреждения обладают самостоятельностью в распоряжении всеми доходами, полученными от оказания платных услуг и исполнения договоров помимо исполнения задания учредителя. В соответствии с Законом

об автономных учреждениях собственник имущества автономного учреждения не имеет права на получение доходов от использования имущества и деятельности учреждения в случае сдачи в аренду с согласия учредителя имущества, находящегося на праве оперативного управления. Все доходы от аренды поступают в самостоятельное распоряжение учреждения, но учредитель при этом не финансирует расходы на содержание сданного в аренду имущества, находящегося на праве оперативного управления.

Литература:

1. Абанкина, И. В., Меркулова Г. И., Осовецкая Н. Я. Основные критерии перевода бюджетных учреждений образования в автономные учреждения и принципы финансового планирования их деятельности. // Вести образования
2. Вифлеемский, А. Переход бюджетного учреждения в автономное. // Автономные организации: бухгалтерский учет и налогообложение, № 1, июль 2007 г.
3. Емельянова, О. Особенности налогообложения автономных учреждений. // Автономные организации: бухгалтерский учет и налогообложение, № 2, август 2007 г.
4. Оценка возможных рисков и последствий перевода бюджетных учреждений образования в автономные учреждения. «ИМА Консалтинг», <http://www.ima-consulting.ru/>
5. Письмо Минэкономразвития России от 18 января 2008 г. № Д04–90 «По вопросу разъяснений, связанных с применением Федерального закона от 21 июля 2005 г. № 94-ФЗ.

Риски в финансовом менеджменте: их виды и оценка

Агекян Лилит Сейрановна, студент

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации (г. Москва)

Финансовые риски связывают с вероятностью финансовых потерь в виде снижения доходов, прибыли, потери капитала и прочего.

Существуют такие виды финансовых рисков: [4, с.199]

К первому виду относятся риски, которые напрямую зависят от покупательной способности денег, а они делятся на подвиды: инфляционные, дефляционные, ликвидности и валютные риски.

При инфляционном риске происходит обесценивание стоимости активов (капитала), также из-за инфляции снижается уровень прибыли и доходов предприятия.

Дефляционный риск — риск, спровоцированный дефляцией, который приводит к падению цен, снижению доходов, ухудшению экономических условий бизнеса.

Риск ликвидности — это вероятность потерь в случае реализации ценных бумаг или товаров из-за изменения потребительской способности, а также переоценки качества товаров.

В период заключения внешнеэкономического, внешнеторгового или кредитного соглашения, а также в период платежа по таким соглашениям, возникает вероятность валютного риска из-за того, что отношение курса валютной цены к стоимости валюты платежа изменится в ту или иную сторону.

Ко второму виду рисков относятся инвестиционные (это такие виды финансовых рисков, которые напрямую связаны с вложением капитала). Возникновение таких рисков обусловлено инвестиционной деятельностью предприятия. Можно выделить три типа инвестиционных рисков: реального инвестирования, инновационного инвестирования, а также финансового инвестирования (так называемый портфельный риск).

Также инвестиционные риски включают подвиды рисков:

— упущенной выгоды (в виде недополученной прибыли из-за бездействия),

— финансовой устойчивости (при несовершенной структуре капитала),

— снижения доходности (когда по портфельным инвестициям снижаются дивиденды или проценты по вкладам, кредитам); он также подразделяются на кредитные и процентные риски,

— прямых финансовых потерь. Включают в себя селективные, биржевые, кредитные риски, а также риск банкротства.

Третий вид риска связан с формой организации хозяйственной деятельности предприятия. К ним относятся оборотные и авансовые риски.

При заключении любого контракта возникает возможность авансового риска.

Дефицит финансовых ресурсов в течение одного оборота средств называется оборотным риском. Скорость оборачиваемости средств при неизменных объемах реализации может изменяться.

В качестве исходной информации для оценки рисков финансового состояния организации используются такие формы бухгалтерской отчетности: [1, с.9]

— бухгалтерский баланс — фиксирует имущественное и финансовое положения организации на отчетную дату;

— отчет о финансовых результатах — показывает результаты деятельности организации за отчетный период.

— К основным рискам, которые можно оценить на основе комплексной оценки финансового состояния предприятия относят:

- риск потери платежеспособности;
- риск потери финансовой стойкости и независимости;
- риски, которые обусловлены несбалансированностью структуры активов и пассивов.

Расчетные модели и методы, которые используются для определения уровня данных рисков представлены в табл. 1. [2, с.45]

Метод анализа целесообразности затрат заключается в установлении «зон риска» путем анализа финансовой устойчивости организации (обеспеченность имеющимися средствами для текущей деятельности) на основе данных бухгалтерского баланса.

Финансовое состояние организации в данном случае делится на «зоны риска», исходя из структуры и размера элементов расходов организации, — в пределах которых они не превышают предельного значения установленного для каждой конкретной «зоны риска».

Всего их существует пять: [3, с. 60]

— область абсолютной финансовой устойчивости, когда организация имеет достаточную величину собственных оборотных средств для формирования запасов и покрытия расходов без привлечения заемных источников. Эта область отвечает зоне с минимальным риском;

— область нормальной финансовой устойчивости, когда организация имеет возможность покрывать основную часть расходов за счет собственных средств и имеет достаточную величину других источников финансирования. Эта область отвечает зоне приемлемого риска;

— область неустойчивого финансового состояния, когда у организации наблюдается дефицит источников формирования запасов и покрытия расходов, как своих, так и заемных. Эта область отвечает зоне повышенного риска;

— область критического финансового состояния, когда организация не имеет достаточно источников покрытия расходов, при этом может наблюдаться затоваренность готовой продукцией, спрос на которую низкий. Эта область отвечает зоне критического риска;

— область кризисного состояния, когда предприятие находится на грани банкротства. Эта область отвечает зоне недопустимого риска.

Для выделения этих областей используют три показателя финансовой устойчивости предприятия:

— излишек (+) или недостаток (-) собственных средств;

— излишек (+) или недостаток (-) собственных среднесрочных и долгосрочных источников формирования запасов и расходов;

— излишек (+) или недостаток (-) общей величины основных источников для формирования запасов и расходов.

Эти показатели рассчитываются на основе балансовой модели устойчивости финансового состояния организации, которая имеет следующий вид (1): [3, с. 67]

$$НА + ЗВ + ДЗК + ВМП = ВКА + ЗП + ДЗ + КК + КЗ, \quad (1)$$

где: НА — необоротные активы; ЗВ — запасы и расходы; ДЗК — денежные средства, краткосрочные финансовые вложения, дебиторская задолженность и другие активы; ВМП — расходы будущих периодов; ВКА — собственный капитал; ЗП — обеспечение будущих выплат и платежей; ДЗ — долгосрочные обязательства; КК — краткосрочные кредиты; КЗ — кредиторская задолженность и другие заемные средства.

Объем собственных оборотных средств определяется по формуле (2):

$$ОК = ВКА + НА, \quad (2)$$

Где: ОК — собственные оборотные средства.

При идентификации областей финансовой устойчивости используют трехкомпонентный показатель:

$$S_x = S(\Delta ОК_в, \Delta ОК_д, \Delta ОК_з)$$

$$S_x(\Delta ОК_x) = 1, \text{ если } \Delta ОК_x \geq 0;$$

$$S_x(\Delta ОК_x) = 0, \text{ если } \Delta ОК_x < 0.$$

Таблица 1. Методы оценки рисков финансового состояния организации

Виды рисков	Используемые расчетные модели и методы
Риски, обусловленные несбалансированностью структуры активов и пассивов	Метод анализа целесообразности затрат
Риск потери финансовой устойчивости и независимости	Абсолютные показатели структуры капитала
	Относительные показатели структуры капитала
Риск потери платежеспособности	Абсолютные показатели ликвидности баланса
	Относительные показатели ликвидности баланса

Где: $\Delta OK_{\text{в}}$ — излишек или нехватка собственных средств:

$$\Delta OK_{\text{в}} = OK - ЗВ$$

$\Delta OK_{\text{д}}$ — излишек или нехватка собственных средне-срочных и долгосрочных источников формирования запасов и расходов:

$$\Delta OK_{\text{д}} = (OK + ЗП + ДЗ) - ЗВ$$

$\Delta OK_{\text{з}}$ — излишек или нехватка общей величины основных источников для формирования запасов и расходов:

$$\Delta OK_{\text{з}} = (OK + ЗП + ДЗ + КК) - ЗВ$$

Тогда: 1. область финансового состояния характеризуется условием:

$$S (\Delta OK_{\text{в}} \geq 0; \Delta OK_{\text{д}} > 0; \Delta OK_{\text{з}} > 0)$$

2. область нормального финансового состояния задается условием:

$$S (\Delta OK_{\text{в}} \approx 0; \Delta OK_{\text{д}} > 0; \Delta OK_{\text{з}} > 0)$$

3. область неустойчивого финансового состояния, которое позволяет установить равновесие платежеспособности предприятия, задается условием:

$$S (\Delta OK_{\text{в}} < 0; \Delta OK_{\text{д}} \geq 0; \Delta OK_{\text{з}} \geq 0)$$

4. область критического финансового состояния задается условием:

$$S (\Delta OK_{\text{в}} < 0; \Delta OK_{\text{д}} < 0; \Delta OK_{\text{з}} \geq 0)$$

5. область кризисного финансового состояния задается условием:

$$S (\Delta OK_{\text{в}} < 0; \Delta OK_{\text{д}} < 0; \Delta OK_{\text{з}} < 0)$$

Риск потери финансовой устойчивости и независимости можно оценить с помощью ряда показателей, которые представлены в табл. 2.

Таблица 2. Показатели, оценивающие риск потери финансовой устойчивости и независимости

Название показателя	Рекомендованное значение	Характеристика показателя
Коэффициент автономии	Значение меньше 0,4 указывает на трудности, которые могут возникнуть в случае, если понадобится быстро покрывать непредусмотренные расходы	Характеризует степень независимости организации от внешних источников формирования активов
Коэффициент соотношения заемных и собственных средств	Значение больше 1,5 говорит об угрозе потери организацией своей финансовой независимости (автономии)	Указывает, какая сумма заемных средств находится в каждой денежной единице вложенных в активы собственных средств
Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами	Значение меньше 0,1 указывает на неустойчивое финансовое состояние организации	Показывает наличие у организации необходимой суммы собственных оборотных активов для обеспечения ее финансовой устойчивости
Коэффициент финансовой устойчивости	Значение меньше 0,6 указывает на то, что организация испытывает финансовые трудности	Указывает, какая часть активов организации финансируется за счет устойчивых источников

Управление рисками — это комплекс знаний и навыков, позволяющих при условии выполнения бюджета и расписания проекта планировать и реализовывать дей-

ствия по реагированию на негативные или позитивные события, которые с некоторой долей вероятности могут проявиться в ходе выполнения проекта.

Литература:

1. Бабин, В. А. Практические аспекты оценки риска в бизнесе / В. А. Бабин // Управление риском. 2009. № 3
2. Вишневская, О. В. Антикризисное управление предприятием / О. В. Вишневская. — Ростов н/Д.: Феникс, 2008
3. Гранатуров, В. М. Экономический риск: сущность методы измерения, пути снижения / В. М. Гранатуров. — М.: Дело и Сервис, 2010
4. Подшиваленко Г, П., Н. И. Лахметкина, М. В. Макарова. Инвестиции: учебное пособие / — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: КНОРУС, 2009.

К проблемам оптимизации налоговой нагрузки субъектов предпринимательства

Ахунова Шохистахон Номанжановна, кандидат экономических наук, доцент
Ферганский политехнический институт (Узбекистан)

В статье рассмотрено современное состояние системы налогообложения в Республике Узбекистан. На основе выявленных в процессе анализа проблем, автором предлагаются мероприятия по совершенствованию некоторых направлений фискальной политики в стране.

Ключевые слова: налоговая система, налоговая нагрузка, налоговое администрирование, малый бизнес, налоговая оптимизация.

To problems of optimization of tax burden of subjects of business

Ahunova Shohistahon Nomanjanovna, Candidate of Economic Sciences
Fergana Polytechnic Institute, Republic of Uzbekistan

The article considers the current state of the system of taxation in the Republic of Uzbekistan. On the basis of the identified problems in the analysis, the authors propose measures to improve some areas of fiscal policy in the country.

Keywords: the tax system, the tax burden, tax administration, small business, tax optimization.

Основы функционирования национальной системы налогообложения следует рассматривать в зависимости от состояния экономического базиса и общественно-политической надстройки в условиях рыночных реформ. При этом особое место в создании системы налогообложения рыночного типа занимают принципы ее построения. Если под налоговой системой рассматривать совокупность налогов, пошлин и сборов, взимаемых на территории государства в соответствии с Налоговым кодексом, а также совокупность норм и правил, определяющих правомочия и систему ответственности сторон, участвующих в налоговых правоотношениях, то для современных условий Узбекистана особо важное значение имеет отработка принципов построения налоговой системы применительно к особенностям развития государства. Основные недостатки структуры налогообложения в стране обусловлены ее неприспособленностью к современным условиям. Специфика перехода экономики к рынку и решение проблем взаимоотношений центра и регионов определяют и особенности состава и структуры налогообложения.

Современный период реформирования налоговой системы Республики Узбекистан оказался сложным как для страны в целом, так и для отдельно взятых предприятий. Становление принципиально иной модели взаимодействия государства и хозяйствующих субъектов в области налогообложения предопределило обязательность учета налоговой составляющей в общей экономической стратегии предприятий. В связи с этим у хозяйствующих субъектов появилась необходимость в формировании индивидуальной налоговой политики, предусматривающей решение вопросов оптимизации уровня налоговой нагрузки. Однако, несмотря на особую актуальность вопроса исследования влияния величины налоговой на-

грузки на деятельность хозяйствующих субъектов, данная проблема находила решение лишь в виде общих выводов, призывавших к повышению активности в области реформирования налоговой системы. При этом, несмотря на то, что во многих работах отечественных авторов присутствует упоминание термина «налоговая нагрузка хозяйствующего субъекта», ее содержание остается раскрытым не в полной мере. Более того, авторами многочисленных трудов, посвященных вопросам налогообложения, не производится комплексной оценки реакции предприятий на динамику показателя налогового бремени. А ведь наряду с иными факторами, влияющими на процесс формирования налоговой политики предприятия, величина налоговой нагрузки играет значимую роль в принятии хозяйствующим субъектом решений в области налогообложения. Таким образом, возникает необходимость исследования целого комплекса нерешенных вопросов, связанных с управлением хозяйствующих субъектов в сфере налоговых отношений. Чтобы анализировать воздействия налогов на предпринимательскую деятельность в нашей стране необходимо учитывать особенности отечественной экономики. Они обязывают сопоставлять не уровень среднего налогового бремени, не величину налоговых ставок важнейших видов налогов, а распределение налогов между категориями плательщиков, а также специфику формирования налогооблагаемой базы. Преобладание в налоговой системе косвенных налогов и налогов с выручки еще больше отягощает степень налогового бремени. Они вынуждают предприятия с низкой рентабельностью платить налоги за счёт сокращения собственных оборотных средств.

За последние годы осуществлены широкомасштабные налоговые реформы, способствующие росту реального дохода населения, служащие основой модернизации про-

изводства, поддерживающие малый бизнес и частное предпринимательство. Особенно, процесс либерализации бюджетной и налоговой отраслей стал важным фактором устойчивого развития нашей экономики. Так, если в 1991 году налоговая нагрузка составляла 41,2% по отношению к ВВП, то в течение прошлых лет, в результате осуществления рациональной политики, этот показатель, на сегодняшний день, снизился почти в два раза. То есть, благодаря оптимизации налоговых ставок и внедрению упрощенного порядка налогообложения, данный показатель, на сегодняшний день, составляет 20,8%. Если во многих странах ставка налога, взимаемого с доходов предприятий и организаций составляет, в среднем, 12,5–39,5%, то в Узбекистане этот показатель в течение 1995–2014 гг. в среднем снизился с 38% до 8%, тем самым выражая качество изменений нашей экономики и особенности развития. Оптимизация налоговых ставок приводит также к важным качественным изменениям в составе доходов государственного бюджета. Самым важным является поэтапное снижение доли налогов, взимаемых с доходов предприятий и повышение доли ресурсных налогов.

Принятие Указа Президента Республики Узбекистан от 16.07.2012 г. № УП-4453 «О мерах по кардинальному сокращению статистической, налоговой, финансовой отчетности, лицензируемых видов деятельности и разрешительных процедур» сыграло важную роль в данном направлении. На основании данного Указа были сокращены лицензируемые виды деятельности и разрешительные процедуры, а также, статистическая, налоговая, финансовая отчетности. В частности, с июля 2012 года были отменены отчетности 50 видов, постоянно требуемые органами государственного и хозяйственного управления, а с 1 августа 2012 г. — 80 разрешительных процедур. Вместе с этим, некоторые формы отчетности были объединены.

Указ Президента Республики Узбекистан от 07.04.2014 г. № УП-4609 «О дополнительных мерах по дальнейшему совершенствованию инвестиционного климата и деловой среды в Республике Узбекистан» поднял на новый уровень меры, осуществляемые по созданию благоприятных условий для предпринимателей и обеспечению свободы предпринимательской деятельности. В частности, продлен сроком до 1 января 2017 года мораторий на проведение налоговых проверок финансово-хозяйственной деятельности субъектов малого предпринимательства, своевременно уплачивающих налоги и другие обязательные платежи, а также обеспечивающих устойчивые темпы роста и рентабельность производства.

Созданная в нашей стране благоприятная деловая среда, осуществляемые широкомасштабные реформы по созданию бизнеса и его развития признается, также, в мировом масштабе. Так, Всемирный банк и Международная финансовая корпорация в ежегодном докладе «Ведение бизнеса 2015: за пределами эффективности», отметили, что Узбекистан по показателям благоприятной деловой среды занял 141-ое место среди 189 стран мира, улучшив

свою позицию за год на 8 ступенек. Сфера налогообложения является существенно улучшенной сферой в отчетном периоде и Узбекистан, находившийся на 179 месте в прошлогоднем рейтинге, занял 118-ое место, то есть, поднялся на 61 ступень.

Особо необходимо отметить, что в рейтинге, отражающем систему налогообложения, Узбекистан поднялся на 61 позицию. По нашему мнению, основным фактором позитивных изменений является ежегодное снижение налоговых ставок. Так, если в 2000 году ставка налога на прибыль составляла 38%, то через 5 лет она снизилась до 15%, а ставка единого социального платежа с 40% уменьшена до 25%. Методично и прогрессивно снижается ставка единого социального платежа. К примеру, установленная в 2005 году в размере 13% для промышленных предприятий в 2015 году она составляет 5%.

В 2015 году Постановлением Президента «О прогнозе основных макроэкономических показателей и параметрах Государственного бюджета Республики Узбекистан на 2015 год» от 04.12.2014 г. № ПП-2270 ставка единого социального платежа для субъектов малого бизнеса и фермерских хозяйств установлена в размере 15%.

Произошло существенное снижение (на 40%) ставки единого социального платежа для субъектов малого предпринимательства — микрофирм, малых предприятий, а также фермерских хозяйств. Снижение ставки предусмотрено вне зависимости от того уплачивают ли они налоги по упрощенной системе или являются плательщиками общеустановленных налогов.

Следует признать, что в нашей стране проводятся широкомасштабные реформы по созданию благоприятных условий для субъектов предпринимательства, оказанию содействия их деятельности, дальнейшему укреплению гарантий их прав и свободы. В результате, создаётся более благоприятная среда для предпринимательства и его позиция в нашей экономике укрепляется.

Исходя из вышеизложенного, считаем необходимым осуществить следующие меры, направленные на стимулирование инвестиционной активности предпринимательских структур:

1) усовершенствовать порядок отнесения затрат на НИОКР при определении налогооблагаемой прибыли;

2) стимулирование модернизации промышленности, обновление основных производственных фондов предприятий;

3) освободить от НДС все без исключения операции по ввозу на территорию Узбекистана технологического оборудования для НИОКР;

4) в целях обновления основных фондов промышленных предприятий предоставить на срок не менее пяти лет льготы по налогу на имущество предприятий по вновь вводимому технологическому оборудованию;

5) обеспечить конкретные льготы и преференции для инвесторов в части запрета на ухудшение условий налогообложения, и утвердить порядок определения и регистрации инвестиционных проектов;

6) решить вопрос о возврате «инвестиционной льготы» по налогу на прибыль (в части средств, инвестируемых предприятиями в собственное технологическое развитие, на пополнение основных производственных фондов).

7) установить льготы по налогообложению прибыли, полученной предприятиями в результате осуществления инновационной деятельности, а также прибыли коммерческих банков от кредитования ими стартовых инновационных проектов.

Литература:

1. Налоговый кодекс Республики Узбекистан. Ташкент: Адолат, 2014.
2. О дополнительных мерах по дальнейшему совершенствованию инвестиционного климата и деловой среды в Республике Узбекистан. Указ Президента Республики Узбекистан № УП-4609 от 07.04.2014 г. //Собрание законодательства Республики Узбекистан, 2014 г., № 15, ст. 163
3. Абдуллаев, А.М., Курпаяниди К.И. Социально-экономические аспекты функционирования субъектов малого предпринимательства в системе институциональных преобразований// Новый университет. — 2014. — № 2. — С.55–60.
4. Ведение бизнеса — 2015. Всемирный банк. МФК. Электронный ресурс: <http://russian.doingbusiness.org/>
5. Власова, Е.В. Налоги: теория и практика: Учебное пособие. — Scientific magazine Kontsep, 2014.
6. Курпаяниди, К.И. Механизм финансово-кредитной поддержки малого предпринимательства //Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. — 2011. — № . 5. — с. 48–50.
7. Курпаяниди, К.И. Государственное регулирование инновационного процесса в Узбекистане// ЭКО. Всероссийский экономический журнал. — 2014. № 6. — С.159–164.
8. Курпаяниди, К.И. К проблеме совершенствования инфраструктуры обслуживания субъектов предпринимательства// Социогуманитарный Вестник. — 2014. № 1. — С.38–42.
9. Курпаяниди, К.И. Государственный регламент инновационного процесса: зарубежный опыт и практика Узбекистана// Экономический анализ: теория и практика. — 2014. — № 9. — С.60–64.
10. Курпаяниди, К.И. К вопросу совершенствования национального законодательства регулирования деятельности малого бизнеса в Узбекистане// Экономика. Управление. Право. — 2012. — № 3. — С.23–25.

Факторы снижения рисков инвестиционно-инновационной деятельности в экономике Узбекистана

Ашуров Махаммаджон Сотволдиевич, кандидат экономических наук, заведующий кафедрой;
Файзуллаев Жамшид Исмоилжонович, старший преподаватель
Ферганский политехнический институт (Узбекистан)

В работе проведен анализ факторов снижения рисков в инвестиционно-инновационной деятельности в условиях становления инновационной экономики в Республике Узбекистан.

Ключевые слова: инновации, инвестиционный риск, риск-менеджмент, международный стандарт ISO, система менеджмента качества.

The paper analyzes the factors of risk reduction in the investment and innovation activity in the conditions of innovative economy in the Republic of Uzbekistan.

Keywords: innovation, investment risk, risk management, international standard ISO, the quality management system.

В современных условиях развития национальной экономики Республики Узбекистан для многих предприятий последствием кризисных явлений экономического развития является экономическая неопределенность в оценке инновационной деятельности

Формирование в Узбекистане современной инновационной экономики объективно ознаменовано появлением

новых требований к организации инновационной деятельности и характеризуется такими процессами, как обновление основных фондов, разработка и внедрение новых технологий, усиление технологической конкуренции, спрос на прикладные и фундаментальные исследования с учетом отраслевых особенностей. Учитывая данное обстоятельство, можно утверждать, что каждому региону

и отдельно взятой отрасли национальной экономики Республики Узбекистан необходимо формировать стратегию инновационного развития, включающую в себя экономические и социальные особенности, конкурентоспособность и возможности инновационного потенциала. В условиях активизации перехода экономики Узбекистана на инновационный путь развития приобретает большое значение эффективное использование инвестиций, снижение и предотвращение потерь, как необходимое условие результативности проведения модернизации национальной экономики. При усилении конкуренции поддержание высоких темпов роста экономики связано не только с наращиванием производства уже существующих товаров и услуг, но и с необходимостью создавать новые производства с использованием высокоэффективных научно-технических разработок. В условиях активизации интеграционных процессов, снижения барьеров взаимного проникновения производителей и товаров на рынки соседних стран, конкурентоспособность предприятий достигается за счет применения более совершенных технологий и современного оборудования. Именно, поэтому компании проявляют интерес к новым технологиям и разработкам.

Для повышения эффективности процесса привлечения ресурсов в создание и развитие нового производства необходимо исследование и применение на практике методов учета и оценки инвестиционно-инновационного риска, совершенствование их с учетом законодательства и особенностей современного развития отечественных рынков товаров и услуг, и выработка направлений и механизмов снижения рисков.

При реализации любых инвестиционных проектов возникает инвестиционный риск, то есть угроза неполучения дохода и невозврата вложенных средств. Инновационный характер инвестиционного риска проявляется при вложении предпринимателем средств в проекты, предусматривающие нововведения в продукцию, технологии и (или) организацию его производства. Появляются риски, связанные с неопределенностью исхода при реализации новых идей. Инвестиционно-инновационные риски возникают на отдельных фазах и этапах жизненного цикла инвестиционного проекта, и, следовательно, выявление факторов и разработка мероприятий по снижению рисков также должны осуществляться для каждой фазы инновационного проекта: прединвестиционной, инвестиционной и эксплуатационной. При этом необходимо учитывать взаимозависимость рисков, возникающих на разных фазах реализации каждого конкретного проекта.

В связи с тем, что инновационные проекты характеризуются высокой неопределенностью на всех стадиях инновационного цикла, весьма сложно с высокой точностью спрогнозировать возможную величину отклонений показателей реализации всего проекта и вероятность, с которой оно произойдет. Но можно с высокой степенью точности спрогнозировать возможные отклонения отдельных показателей для определенного периода времени, что по-

зволяет более корректно подобрать и целенаправленно использовать инструментарий для управления ими.

Немаловажным аспектом, повышающим вероятность негативного исхода отклонений от первоначальных (ожидаемых) параметров проекта при его реализации, является «неразработанность» методов и механизмов реагирования на эти отклонения, ввиду отсутствия практического опыта.

Следовательно, для любой организации, а в первую очередь хозяйствующим субъектам промышленности, выбравших путь развития по инновационному направлению, неотъемлемым элементом системы управления должен стать механизм выявления отклонений и адекватного реагирования на них, с целью минимизации негативных последствий, и доведения их до приемлемого уровня.

Заложив в систему управления инновационного предприятия механизм реагирования на отклонения, руководство этой компании может значительно снизить их негативное влияние, увеличив тем самым шансы на успешность реализации проекта. Помочь в создании системы управления предприятия, отвечающей современным требованиям к управлению, призвано внедрение международных стандартов.

Рост международных экономических связей, углубления интеграционных процессов со странами Евразийский экономического союз, проведения мероприятий по вступлению Узбекистана во Всемирную торговую организацию, обусловил необходимость разработки и внедрения единых подходов и требований к управлению. В мировой практике получили развитие несколько направлений стандартизации систем управления, разработаны десятки тысяч международных стандартов по отраслям и различным видам деятельности.

Существует множество методик и инструментов анализа рисков. Однако применение технологий риск-менеджмента без создания фундамента управления, который бы гарантировал качество обеспечения информационного потока данных о состоянии системы, не даст ожидаемого эффекта от применения статистических и математических инструментов при оценке и анализе рисков. Проще говоря, работа с такими данными станет бесполезной тратой времени и ресурсов, и более того исказив реальное видение проблем, приведет к необоснованному определению корректирующих и предупреждающих действий, к снижению эффективности функционирования системы и предприятия в целом. Одним из международных стандартов в области качества является ISO 9001:2008 «Системы менеджмента качества», получивший широкое распространение благодаря универсальности его требований к системам управления вне зависимости от размера, форм собственности и сферы деятельности предприятия. Если предприятие ищет реальные способы повышения эффективности деятельности при одновременном сокращении затрат и повышении прибыли, то подборка основных стандартов ИСО на системы менеджмента (управления) полностью удовлетворит такие потребности. Стандарты

ИСО на системы менеджмента включают области: качества, экологии, управления рисками, непрерывности ведения бизнеса, энергоменеджмента, информационной безопасности, социальной ответственности, управления разработкой продукции.

Все это делает стандарт незаменимым для любой организации, независимо от ее размера, продукции или услуг и отрасли экономики. Стандарты ИСО на системы менеджмента известны во всем мире благодаря преимуществам, которые дает их использование, в том числе эффективному использованию ресурсов, улучшению управления рисками и повышению удовлетворенности потребителей вследствие предоставления продукции и услуг стабильного качества. Набор требований к управлению позволяет выстроить результативную систему управления, включающую механизмы управления отклонениями как в технологических процессах производства продукции (оказания услуг), и в цепочках взаимодействия внутри подразделений предприятия (или элементов системы), так и с внешними по отношению к организации сторонами (потребителями, поставщиками, государственными органами и т.д.). Такая система управления становится фундаментом для построения систем управления отдельными аспектами деятельности предприятия.

В настоящее время в Узбекистане государственное стимулирование активизации процесса внедрения в деятельность предприятий современных принципов управления в соответствии с международными стандартами,

можно проследить по последовательной реализации мер в данном направлении, с соответствующим выходом ряда законодательных актов: Постановлений Кабинета Министров Республики Узбекистан «О дополнительных мерах по упрощению процедуры сертификации» № 318 от 06.07.2004 г., «О мерах по внедрению на предприятиях систем управления качеством, соответствующих международным стандартам» № 349 от 22.07.2004 г., «О дополнительных мерах по внедрению на предприятиях систем управления качеством, соответствующих международным стандартам» № 183 от 29.08.2006 г., «О дополнительных мерах по расширению внедрения на предприятиях систем управления качеством, соответствующих международным стандартам» № 173 от 19.06.2009 г.

Таким образом, важным условием результативного осуществления модернизации национальной экономики Узбекистана является развитие методов и механизмов управления инвестиционно-инновационными рисками при осуществлении проектов, и их использование на практике. Учитывая многообразие сфер внедрения инноваций, а также специфические особенности каждого инвестиционно-инновационного проекта, определение факторов и подбор инструментов снижения инновационных рисков должны носить индивидуальный характер, механизм управления рисками должен разрабатываться для каждого конкретного предприятия, и являться неотъемлемым элементом системы менеджмента данного предприятия.

Литература:

1. Гершман, М. А. Инновационный менеджмент //International journal. — 2014. — Т. 2. — № . 3. — с. 1–21.
2. Грачева, М. В., Ляпина С. Ю. Управление рисками инновационной деятельности //Весті БДПУ. — 2013. — Т. 2. — № . 3. — с. 85.
3. Курпаяниди, К. И. Некоторые вопросы активизации региональной инновационной деятельности //Новый университет. Серия: Экономика и право. — 2013. — № . 8. — с. 52.
4. Морозов, А. С. Основные принципы построения системы управления финансовыми рисками промышленного предприятия //Современные научные исследования и инновации. — 2013. — Т. 9.
5. Chance, D., Brooks R. Introduction to derivatives and risk management. — Cengage Learning, 2012.
6. Rejda, G. E. Principles of risk management and insurance. — Pearson Education India, 2011.
7. Tang, O., Nurmaya Musa S. Identifying risk issues and research advancements in supply chain risk management // International Journal of Production Economics. — 2011. — Т. 133. — № . 1. — с. 25–34.

Экономическая целесообразность утилизации попутного нефтяного газа в Томской области

Бархатов Александр Федорович, аспирант;
Зайковская Анастасия Станиславовна, студент
Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Поиски, разведка и добыча полезных ископаемых оказывают многократное техногенное воздействие на геологическую среду. Максимальный ущерб окружа-

ющей среде наносится либо из-за экологической безграмотности, либо в погоне за сиюминутной выгодой, что в современных условиях недопустимо. Одной из серьезных

экологических проблем, стоящих сегодня перед РФ, его гражданами и недропользователями, является проблема утилизации попутного нефтяного газа (ПНГ).

Для анализа ситуации в Томской области (ТО) были рассмотрены данные по 41 месторождению ТО, рассчитаны показатели добычи и сжигания ПНГ на факельных установках, количество вредных выбросов в атмосферу CO_2 из-за сжигания ПНГ, выявлены причины нерационального использования попутного нефтяного газа и обозначены пути решения проблемы утилизации ПНГ [1,2].

На протяжении нескольких десятилетий ПНГ сжигается на факельных установках, на месторождениях, в результате чего наносится колоссальный ущерб окружающей среде и теряется невосполнимый энергетический ресурс, являющийся к тому же ценным нефтехимическим сырьем. За 2014 г. на территории ТО добыто 764 млн. м^3 ПНГ [3], а средний объем утилизации по всем месторождениям составил всего лишь 30%. При этом, согласно постановлению Правительства РФ от 8 января 2009 г. «О мерах по стимулированию сокращения загрязнения атмосферного воздуха продуктами сжигания попутного нефтяного газа на факельных установках» [4], объем утилизации ПНГ с 2012 г. должен быть доведен до уровня не менее 95%. Таким образом, за 2008 г. на месторождениях ТО сожжено 535 млн. м^3 попутного нефтяного газа, а в денежном эквиваленте, при средней цене на ПНГ в 253 руб. за 1000 м^3 , в атмосферу, вместе с тоннами отравляющих веществ, выброшено 135,4 млн. руб. при сжигании нефтедобытчиками попутного нефтяного газа.

По имеющейся в печати информации, в Российской Федерации только 40% ПНГ (примерно 12 млрд. куб. метров) подвергается переработке с целью получения сырья для нефтехимических предприятий и сжиженного газа для населения. Еще 40% сжигается без переработки на ГРЭС, а 20% уничтожается на промыслах путем сжигания в открытых факелах, при этом загрязняющие выбросы в атмосферу исчисляются тысячами тонн. Только по официальным (в несколько раз заниженным) данным, в России ежегодно сжигается около 30 млрд. куб. метров ПНГ. При этом необходимо отметить, что при сжигании 1000 куб. метров ПНГ в атмосферу выбрасывается около трех тонн CO_2 , то есть 90 млн. тонн CO_2 в год. Из-за огромного потребления кислорода и теплового излучения при сжигании ПНГ усиливается парниковый эффект [1]. Сжигание ПНГ в факелах и его выброс в атмосферу потенциально опасны для здоровья, так как в результате сжигания в воздухе образуются токсичные вещества, которые абсорбируются растениями и могут попасть в пищевую цепь. Вредные металлы, содержащиеся в выбросах, могут стать причиной раковых заболеваний, врожденных пороков, заболеваний крови и центральной нервной системы.

В результате анализа данных по месторождениям были выявлены основные причины нерационального использования попутного нефтяного газа в ТО.

Основной причиной сжигания ПНГ на факельных установках является удаленность месторождений от развитой инфраструктуры [5]. Подсоединение таких месторождений к газопроводам, подводка их к газоперерабатывающим заводам требуют больших капиталовложений, а недропользователи, как правило, стремятся к минимизации издержек. Большинство месторождений находятся в труднодоступных районах и удалены от развитой инфраструктуры.

Второй по значимости причиной нерационального использования ПНГ являются размеры месторождений. Многие из них сжигают сравнительно небольшие объемы газа, то есть, сами месторождения — относительно небольшие. В ТО на большинстве месторождениях добывается менее 20 млрд. м^3 ПНГ.

В 2008 г. на Лугенецком месторождении — самом крупном нефтегазоконденсатном месторождении ТО, добыто 134 млн. м^3 ПНГ, а объем утилизации составил 96%. При этом на втором по значимости Игольско-Таловом месторождении добыто 105 млн. м^3 ПНГ, а утилизировано всего 49% [3].

Еще одной проблемой, связанной с утилизацией попутного нефтяного газа, является низкая цена на ПНГ, которая зависит от газожидкостного состава. Чем выше содержание жидкой фракции в попутном нефтяном газе, тем меньше его цена. На протяжении нескольких лет цена на ПНГ остается примерно одинаковой и варьирует в пределах от 86 до 420 руб. В данных условиях транспортировка ПНГ на нефтехимические предприятия становится нерентабельной, т.к. издержки превышают прибыль, ведь для транспортировки требуется дорогостоящее строительство и обслуживание трубопровода. В настоящее время стоимость строительства 1 км стандартного трубопровода (530 мм) составляет 15,8 млн. руб. Эксплуатация трубопровода также является дорогим мероприятием: обслуживание трубопровода обходится в 360 тыс. руб. на 1 км, тариф на транспортировку 1000 м^3 ПНГ до Единой газотранспортной системы (ГТС) ОАО «Газпром» составляет 62,3 руб. на 100 км, по ГТС ОАО «Газпром» — 40,6 руб. на 100 км [1].

Идея выработки электроэнергии с использованием в качестве топлива ПНГ не нова, но основным препятствием в ее реализации является возможность сдачи выработанной электроэнергии в единую энергосистему ТО и дальнейшая ее реализация внешним потребителям. Для этого необходима специальная региональная программа по созданию альтернативной энергетики на ПНГ с согласованием в правительстве Российской Федерации и РАО «ЕЭС России», а также выработка нормативно-правовых документов по этой деятельности. Нет необходимости доказывать всевозрастающее значение альтернативной энергетики в условиях неустойчивости рынка энергоресурсов и имеющегося дефицита электроэнергии в ТО. Кроме того, при местной альтернативной энергетике появляется возможность регулирования тарифов на электроэнергию.

Как показывает опыт Тюменской области, выработка собственной дешевой электроэнергии позволила значительно сократить ее закупку у сторонних производителей [1]. «Сургутнефтегаз» утилизирует до 96% ПНГ, путем строительства газотурбинных электростанций на отдаленных месторождениях и последующей сдачей выработанной электроэнергии в единую энергосистему Тюменской области.

В государственных программах уделяется большое внимание малому и среднему бизнесу — альтернативе естественных монополий, как более гибкой и самонастраивающейся части производительных сил в обществе. Для привлечения малого и среднего бизнеса к созданию производств по сжижению, переработке и транспортировке ПНГ к местам переработки и реализации необходима разработка региональной программы. Сегодня это совершенно незаполненная ниша деятельности в условиях всевозрастающего спроса на рынке сжиженного газа, ввозимого в настоящее время в область из других регионов. Стихийно рынок уже к этому идет, но без контроля государства. Со стороны нефтяников было бы гораздо честнее отдать ПНГ по бросовой цене прямо на промыслах предпринимателям, желающим вкладывать деньги, и закрыть вопрос о выполнении лицензионных соглашений и штрафах за выбросы в атмосферу, чем вести изнурительные демагогические споры, загоняющие проблему только в тупик. Можно сказать, что в результате ведомственных противоречий сформировалась классическая схема экономической безответственности перед государством.

Для справки. Российские производители активно осваивают выпуск установок широкого спектра производительности по сжижению и переработке ПНГ со сроками окупаемости от 2 до 5 лет. Создан уникальный, не имеющий мировых аналогов мини-газоперерабатывающий комплекс «Протоген», способный работать непосредственно на промыслах и полностью утилизировать ПНГ в высокооктановые компоненты бензинов. Многие установки уже внедрены и успешно эксплуатируются в составе нефтегазохимических производств в промышленных регионах страны. Даже самое простое — исключение доступа к факелам газового бензина на первом этапе программы — уже станет прорывом в решении проблемы ПНГ. Трудно переоценить экономическое значение реализации для ТО этой программы. В первую очередь, будет дан импульс в организации новых производств, что повлечет за собой создание новых рабочих мест, а также решение многих других социальных проблем в районах области. Также этот процесс будет способствовать развитию сети газозаправочных станций с более дешевым и экологически чистым моторным топливом. Для реализации данной программы Томская область обладает высоким научным и промышленным потенциалом.

Актуальным и рентабельным направлением в области утилизации ПНГ является газохимическая переработка.

Среди разнообразных предложений по газохимической переработке газа для условий ТО наиболее предпочтительна технология переработки ПНГ в смесь жидких синтетических углеводородов (СЖУ, синтетической нефти), реализуемых по цене нефти с подачей полученных жидких продуктов вместе с нефтью в магистральный нефтепровод. Другие технологии GTL, предполагающие производство метанола, диметилового эфира, бензол-толуольного концентрата, других «ценных» компонентов в промышленных условиях не применимы из-за отсутствия всесезонных дорог и рынка потребления.

Технологический процесс производства жидких углеводородов представляет собой автоматизированный процесс, управление которым осуществляется с использованием микропроцессорной техники. Оперативно-техническое обслуживание, мелкий и аварийный ремонт оборудования осуществляется штатами ремонтно-механических служб на промысле.

Основные работы, требующие привлечения квалифицированного персонала, приходится на периоды остановки производства на капитальный ремонт оборудования, перегрузку катализатора.

Основной недостаток рассматриваемого варианта — отсутствие примеров апробации предлагаемой технологии в промышленных условиях. Проекты по технологиям GTL представлены на Российском рынке, однако у разработчиков нет примеров пилотных (демонстрационных) проектов установок, работающих на ПНГ с получением заявленных целевых продуктов. Нет четкого представления об отходах производства и стоимости их утилизации.

Для рационального использования попутного нефтяного газа следует также рассмотреть различные варианты закачки ПНГ в продуктивный пласт с целью поддержания пластового давления, а также получения дополнительных объемов добычи нефти. Подготовка ПНГ для закачки в пласт минимальная — необходимо провести очистку газа от механических примесей и капельной жидкости на упрощенной установке подготовки газа (УПГ). Организация очистки газа от капельной жидкости позволяет извлечь из ПНГ часть ценных компонентов в виде C5+. Далее подготовленный газ компримируется до 30 МПа и подается на устья переоборудованных нагнетательных скважин по газопроводам высокого давления.

В заключение стоит отметить, что зачастую утилизация ПНГ не является прибыльным мероприятием в силу вышеизложенных причин. Для месторождений ТО основной причиной сжигания попутного нефтяного газа на факельных установках является удаленность месторождений от развитой инфраструктуры. Однако не стоит рассматривать процесс утилизации ПНГ как абсолютно нерентабельное мероприятие. Во многих случаях применение вышеперечисленных технологий делает процесс утилизации ПНГ прибыльным, однако в каждом конкретном случае необходимы расчеты эффективности внедрения на месторождение той или иной технологии.

Литература:

1. Князев, М. А., Лукьянов В. Г. Проблемы использования попутного нефтяного газа в ТО и возможные пути их решения // Проблемы и перспективы развития минерально-сырьевой базы и предприятий ТЭК Сибири. — 2008. — № 7. — С.51–54.
2. Аксенов, А. В., Широков Ю. Ф. Регулирование рынка ПНГ: уточнить терминологию, добавить меры стимулирования и ответственности // Нефтегазовая Вертикаль. — 2009. — № 8. — С.71–78.
3. Попутный нефтяной газ [Электронный ресурс]. — Режим доступа: www.cctc.ru (дата обращения 29.08.10).
4. Постановление Правительства РФ от 8 января 2009 г. «О мерах по стимулированию сокращения загрязнения атмосферного воздуха продуктами сжигания попутного нефтяного газа на факельных установках» — М., 2009.
5. Гречишкина, И. Разумный баланс между стимулами и принуждением // Нефтегазовая Вертикаль. — 2009. — № 9. — С.84–88.

Сингапурская модель экономики для развития бизнеса на современном этапе

Беседин Константин Викторович, преподаватель

Мичуринский государственный аграрный университет (Тамбовская область)

В момент обретения независимости, Сингапур представлял собой, маленькую бедную страну, которой приходилось импортировать даже пресную воду и строительный песок. Соседние страны были настроены недружественно, а треть населения симпатизировала коммунистам. Именно поэтому, себя и своих соратников, новый руководитель государства, Ли Куан Ю характеризовал как «группу буржуазных, получивших английское образование лидеров» [1, с. 9–11].

Новая стратегия экономического развития правительства Ли Куан Ю, строилась на превращении Сингапура в финансовый и торговый центр Юго-Восточной Азии, а также на привлечении иностранных инвесторов. «Мы приветствовали каждого инвестора... Мы просто из кожи вон лезли, чтобы помочь ему начать производство», — писал Ли Куан Ю. В результате «американские транснациональные корпорации первыми увидели для себя, а впоследствии и заложили, фундамент масштабной высокотехнологичной промышленности в развивающейся стране». Это небольшое государство стало, в частности, крупным производителем электроники. [1, с. 18]. С какими — же проблемами, пришлось столкнуться государству в начале построения экономики нового типа? Прежде всего, это высокая коррупция. Борьба с коррупцией началась путём упрощения процедур принятия решений и удаления всякой двусмысленности в законах в результате издания ясных и простых правил, вплоть до отмены разрешений и лицензирования. Были резко подняты зарплаты судей, на судебские должности были привлечены «лучшие частные адвокаты». Зарплата сингапурского судьи достигла нескольких сот тысяч долларов в год.

Вторая проблема, организованная преступность, состоящая из преступных группировок — триад. Для решения этой задачи, было принято решение полностью об-

новить личный состав полиции с малайцев на китайцев. Госслужащим, занимающим ответственные посты, были подняты зарплаты до уровня, характерного для топ-менеджеров частных корпораций. Был создан независимый орган по борьбе с финансовым расхищением в высших эшелонах власти, Агентство по борьбе с коррупцией.

Параллельно, после начала проведения выше перечисленных мероприятий, возникла необходимость радикально изменить экономику с помощью методов новаторства и экспериментирования. На какие факторы, ориентировалось правительство Сингапура? Прежде всего, на развитие таких богатых и мощных финансовых центров мира, как Венеция, Голландия, Британия и США. Ли КУАН Ю посчитал, что эти центры обязаны своим процветанием наличию у них атмосферы интеллектуальной свободы, отразившейся новых идеях воплощенных в экономике. [3, с — 15]. Но прежде всего, важна была сама идея дисциплины, строгому отношению к работе и возможности анализировать предстоящий успех. Возникла необходимость продумать экономическую политику так, чтобы с одной стороны, она умело поощряла капиталовложения, независимо от того, какими бы они не являлись (внутренними или внешними), а с другой стороны, сдерживала темпы инфляции и обеспечивала высококачественное образование. Вопрос с образованием был решен, путем заимствования модели образования у американцев. И хотя, оно является платным, но сами сингапурцы, придают существенное значение не только десятилетнему процессу школьного обучения, но и различного рода курсам усовершенствования, переподготовки повышения определенных производственных навыков. В политехнических школах и колледжах Сингапура, помимо технических дисциплин обязательно преподаются основы графического дизайна и архитектуры. Кроме того, дополнительные лабораторные занятия, семинары —

под руководством квалифицированных педагогов, позволяет большей части граждан, получать качественные знания, которые они сразу после окончания учебных заведений, успешно применяют на практике. Кроме того, принято решение, приглашать для выступления на лекциях в вузах людей совершенно разных профессий — менеджеров, инженеров и т.д. Это как раз те специалисты, которые способны расширить кругозор и внести в процесс обучения новые знания известные более практикам, чем теоретикам [3, стр 106–111.] В результате, вчерашние выпускники, попадая на производство, усваивают, следующие принципы экономики: «Качество, надежность и точность»!

По поводу самого процесса труда. По мнению правительства, труд должен быть эффективным. То есть, необходимо убрать все препоны, чтобы он доставлял не только прибыль, но и здоровое удовлетворение выполненной работой. А в подобном раскладе сил, не последнюю роль играет зарплата. Поскольку, чтобы спросить с работника за качество выполненной работы, надо ему хорошо платить. То есть, государственный и частный сектор должны совпадать по уровню оплаты. Отсюда плавно вытекает вывод, что для привлечения в экономику огромных денег, требуется создать соответствующие комфортные условия. А когда деньги прибыли, нужно, чтобы они быстро вкладывались или обменивались на необходимые товары. Для подобной быстроты, требуются построить соответствующие трассы. Сингапур пронизывают многорядные шоссе, прямые авиасообщения с любой точкой мира. Причем аэропорт Сингапура — Чанги, сам по себе является архитектурным шедевром, призванный обслужить, как грузоперевозки так и пассажиропоток, а также служащий местом отдыха для прибывающих туристов. Судите сами, аэропорт эксплуатирует четыре терминала. Терминал 1 был открыт в 1981 году, в нем находится галерея с кактусами (более 40 видов из Африки и Южной Америки), имеется бассейн. Терминал 2 вошёл в эксплуатацию в 1991 году. Он разделён на 4 секции с гейтами. В терминале имеется кинотеатр, ресторан Burger King и торговая зона. Внутри терминала и на крыше разбит сад. В Терминале 2 расположен один из крупнейших в мире плазменных дисплеев. Терминал 3 открыт в 2008 году. Здесь находится галерея бабочек. Бюджетный Терминал (Budget Terminal) открыт в 2006 году. Он обслуживает рейсы бюджетных авиакомпаний. Кроме того, в аэропорту совершают посадки самолеты более 70 компаний со всего света, а около 600 судовых фирм имеют здесь свои представительства.

Главный конек правительства, это абсолютная безопасность, как фирм, так и отдельных граждан. Именно по этой причине, банки так облюбовали страну, поскольку одних только представительств, здесь находится около 150. Банковское дело является одной из активно развивающихся отраслей экономики Сингапура. В стране насчитывается 121 коммерческий банк, в том числе местных — 7, иностранных — 114 [2, с — 198]. На сентябрь 2010 года

объём активов (пассивов) в банковском секторе Сингапура, по оценкам Денежно-кредитного управления Сингапура, составил 764 млрд. сингапурских долларов.

Центральным банком страны является Денежно-кредитное управление Сингапура, которое определяет монетарную политику в стране, регулирует деятельность банковских и финансовых учреждений, определяет объём эмиссии денег. Фактический выпуск сингапурских долларов осуществляется Монетным двором Сингапура. Ли Куан Ю абсолютно уверен, что первостепенное условие — доверие между населением страны и ее руководством. Без этого человеческого доверия, понимания того, что все мы — одна команда, играющая на один и тот же результат, никакого успеха даже самый гениальный политик не добьется. Замечу, что для Ли Куан Ю искреннее доверие — это важнейший принцип построения взаимоотношений не только между различными общественными группами, но и применительно к таким вещам, как национальная валюта, национальные банки и многое другое. Люди не должны бежать со своими деньгами куда глаза глядят, спасаясь от инфляции, — нужно, чтобы они доверяли, прежде всего, своим местным банкам. Причем в любой, даже самой кризисной ситуации. А тот, кто народу что-то обещает, потом непременно обязан выполнить обещанное. Далее, по мнению Ли куан Ю, люди должны искренне одобрять любые меры, предпринимаемые правительством в борьбе с коррупцией, верить в надежность и неподкупность судебной системы, которая стоит на страже закона и порядка в стране. Вы можете себе, например, представить, чтобы два сингапурских олигарха судились между собой в Лондоне? Да ни за что — потому как дома их бы давно уже по собственным законам попросту ликвидировали как социальное явление. Кроме того, мистер Ли, всегда ратовал за четкое взаимодействие чиновников любого ранга с остальными гражданами. Чиновник в Сингапуре всегда существует в первую очередь для рядовых граждан, которые, заплатив налоги, наняли его на службу. Так он относился и к работе премьер-министра, когда занимал этот пост сам, того же он требует и от всех остальных чиновников Сингапура, которые никогда не должны забывать об ответственности перед гражданами страны. А вот чего Ли Куан Ю на протяжении всей своей политической карьеры не принимал и никогда не рассматривал как панацею от имеющихся в стране проблем (а ведь на начальном этапе их у Сингапура было более чем достаточно) — это внешняя помощь. Вспомните, сколько самых разных государств мира только и надеялись на то, что МВФ, Всемирный банк, Америка, Япония и все, у кого всегда водились деньги, придут, спасут, накормят-напоят и из беды выручат. Ли Куан Ю на дух подобного подхода не переносит. Он считает, что никакой помощи «за просто так» нигде и никогда не было, нет и не будет в будущем. А вот иждивенческие настроения населения, правительства и деловых кругов подобная «помощь» будет только усиливать, расхолаживать, и ничем

хорошим такая ситуация априори закончиться не может. Более того, Ли Куан Ю и сам, и позднее его сменщики на посту премьера никогда и ни одной стране мира не дают никаких кредитов «на глупости». И уж тем более на закупку обыкновенных товаров и услуг, которые страны-заемщики могли бы без проблем производить у себя. И здесь позиция Сингапура очень резко контрастирует с так называемой «помощью», которую нынче оказывают всем желающим страны Западной Европы, США и даже идущий в экономическую «гору» Китай. Есть и еще одна очень глубокая, на мой взгляд, мысль, которую первый премьер Сингапура не просто озвучивает в своих речах и книгах, но и по-отечески, на положении «успешного государственного предпринимателя» доводит до сведения

многих первых лиц самых различных государств. Ли Куан Ю уверен, что наличие богатых природных ресурсов никогда не может стать основой для построения благополучного общества, поскольку природные ресурсы могут в любой момент закончиться. А если исключительно на них делать ставку, то долго такое государство-иждивенец не протянет. Однако о повторении, сингапурской модели у себя, хотят то страны Азии, то Европы, а то и на постсоветском пространстве. И при этом все они ссылаются исключительно на сингапурский опыт и личное участие в процессе первого руководителя данного государства. То что Сингапур, постоянно упоминается как пример процветающего и справедливого общества для других государств мира, никого уже и не удивляет.

Литература:

1. Ли Куан Ю. Из третьего мира — в первый. История Сингапура (1965—2000)
2. Сигов, Ю. Сингапур. Восьмое чудо света.
3. Факаринд Закария. Культура — это судьба? Беседа с Ли Куан Ю.

Оценка состояния продовольственной безопасности (на примере Самарской области)

Бойчук Инна Игоревна, студент
Самарский государственный экономический университет

В условиях вероятного расширения экономических санкций со стороны США и ЕС вопросы продовольственной безопасности страны выходят на первый план. Тем более что Россия, к сожалению, еще очень сильно зависит от импорта продовольствия, объем которого в прошлом году вырос на 4% и достиг почти \$42 млрд. [5].

Ныне эта тема приобрела особое звучание, во-первых, потому, что продовольственная безопасность — это некий индикатор независимости, а в связи с возможным расширением санкций в отношении России со стороны США и ЕС она не должна пострадать. Во-вторых, грешно сейчас не использовать потенциал Крыма для увеличения объемов производства сельскохозяйственных культур. Например, по данным Минсельхоза, только производство зерна за счет присоединения новых территорий может вырасти на 2 млн. тонн в год.

Без решения проблемы продовольственной безопасности представляется затруднительным решение других острых экономических и социальных проблем. Ее необходимо рассматривать на разных уровнях: мировом, национальном, региональном, уровне домохозяйств и отдельной личности.

К определению категории «продовольственная безопасность» существуют различные подходы. Согласно наиболее распространенному в мире определению, продовольственная безопасность достигается путем обеспе-

чения физического и экономического доступа к безопасному и достаточному продовольствию [1, с. 56].

Критериями продовольственной безопасности страны являются производство 75—80% общего объема основных видов продовольствия за счет собственного производства, потребление населением биологически полноценной продукции по научно-обоснованным нормам с учетом пола, возраста, условий труда, создание продовольственных запасов на уровне 20% от общего объема потребления.

Одной из стратегических целей развития нашей страны является достижение продовольственной безопасности — надежное обеспечение населения сельскохозяйственной продукцией, сырьем и продовольствием собственного производства. При этом в достижении данной цели растет роль экономической самостоятельности регионов в обеспечении своих территорий продовольственным и сельскохозяйственным сырьем.

Одним из важнейших секторов региональной экономики Самарской области, имеющим стратегическое значение в части обеспечения продовольственной безопасности и, как следствие, сохранения социальной стабильности в регионе является агропромышленный комплекс (АПК). Значительный объем государственной поддержки данного сектора в 2013 году позволил не только сохранить потенциал сельскохозяйственной от-

расли, но и достичь существенных успехов в ее развитии. Общий объем финансирования АПК за счет бюджетных средств в 2013 году составил 3,6 млрд. рублей. Почти на треть — выросла государственная поддержка из федерального бюджета, составив около 1 млрд. рублей.

Повышению уровня продовольственной независимости области в 2013 году способствовал рост производственных показателей отрасли. Объем производства сельскохозяйственной продукции в хозяйствах всех категорий в 2013 году увеличился на 6,2% и составил 67,7 млрд. рублей.

После снижения уровня производства в 2010 году основных сельскохозяйственных продуктов, что было следствием засухи, с 2011 года наблюдается наращивание объемов производства (таблица 1).

Так, с 2010 г. по 2013 г. увеличились объемы производства картофеля в 1,8 раза, овощей и бахчевых в 1,9 раза, ягод и фруктов в 1,5 раза. Наряду с этим, наблюдается тенденция снижения количества произведенных в области яиц в связи с сокращением производства.

С сокращением объемов производства доля запасов к нему по отдельным продуктам выросла, составив по мясу — 8,9% (8,5% в 2009 г.), 9,3% яйцам (6,1%), картофелю 70,1% (26,2%). Доля в запасах области по овощам и бахчевым (49,2% в 2013 г.), а также молоку (7,3%) снизилась на 60,7 и 0,1 п.п. соответственно. Формирование таких запасов позволяет стабилизировать ситуацию на продовольственном рынке области и является одним из направлений обеспечения продовольственной безопасности региона.

О продовольственной независимости можно говорить, если внутренние потребности области в пределах 80% удовлетворяются за счет собственного производства.

Самообеспеченность Самарской области основными сельскохозяйственными продуктами находится на доста-

точно низком уровне. Несмотря на положительную динамику коэффициента самообеспеченности в 2013 году, свое внутреннее потребление по некоторым продуктам область не способна удовлетворить даже наполовину. Самые низкие значения коэффициента наблюдаются по фруктам и яйцам — 22,7% и 19,4% соответственно. Тем не менее, в 2013 году область смогла обеспечить внутреннее потребление картофеля на 93,1%, а также овощей и бахчевых на 89,0% (таблица 2).

Недостаток в удовлетворении внутреннего потребления области компенсируется главным образом за счет ввоза сельскохозяйственной продукции из других регионов и частично за счет импорта. В рассматриваемом периоде объемы ввоза, включая импорт, растут. Наибольшие темпы роста в 2013 году в динамике с 2009 годом приходятся на картофель — почти в 2 раза, и фрукты и ягоды — 1,5 раза (таблица 3).

Стратегическое значение в обеспечении продовольственной безопасности региона также имеет пищевая промышленность. В целом за пятилетний период наблюдается тенденция снижения объемов производства пищевых предприятий. В 2013 году в области увеличилось производство масла растительного в 2,5 раза, колбасных изделий на 16,4%.

Пищевые предприятия области используют свои производственные мощности не полностью, многие не загружают их даже на 50%. Причиной этого является недостаточный спрос на производимую предприятиями области продукцию, изношенность оборудования, отсутствие инноваций в производстве и работе с потребителями, недостаточный уровень конкурентоспособности предприятий.

Сегодня в условиях нестабильной экономической ситуации в нашей стране в связи с введением запрета на

Таблица 1. Производство основных сельскохозяйственных продуктов в хозяйствах всех категорий (тысяч тонн)

	2009	2010	2011	2012	2013	2013 в% к 2012	2013 в% к 2009
Мясо	103,1	92,4	93,1	96,2	103,3	107,4	100,2
Молоко	426,7	398,7	407,5	418,8	421,4	100,6	98,8
Яйца, млн. шт.	243,1	212,6	195,5	195,7	165,2	84,4	68,0
Картофель	549,5	267,2	451,7	500,2	481,3	96,2	87,6
Овощи и бахчевые	289,8	179,1	304,0	351,6	335,5	95,4	115,8
Фрукты и ягоды	74,1	32,5	49,2	51,8	49,2	95,0	66,4

Таблица 2. Уровень самообеспеченности населения основными сельскохозяйственными продуктами (на душу населения в год, процентов)

	2009	2010	2011	2012	2013
Мясо и мясопродукты	55,8	49,1	49,0	49,4	50,3
Молоко и молокопродукты	53,6	49,1	50,0	52,6	51,9
Яйца	29	25	22	22,2	19,4
Картофель	96,6	60,1	101,1	94,5	93,1
Овощи и бахчевые	80,4	57,4	92,4	93,9	89,0
Фрукты	33,8	15,0	22,1	23,2	21,7

Таблица 3. Ввоз, включая импорт (тысяч тонн)

	2009	2012	2013	2013 в% к 2009	2013 в% к 2012
Мясо	83,3	100,4	106,9	128,3	106,5
Молоко	420,0	411,7	420,9	100,2	102,2
Яйца	616,3	701,6	698,9	113,4	99,6
Картофель	45,4	80,8	90,3	198,9	111,8
Овощи и бахчевые	63,3	46,6	52,7	83,3	113,1
Фрукты	146,6	183,6	225,5	153,8	122,8

ввоз продукции из Европы и США, опасности наступления мирового финансового кризиса и частых природных катаклизмах обеспечение продовольственной безопасности призвано нейтрализовать существующие и вновь возникающие угрозы, которые могут привести к уменьшению объемов производства, ухудшению доступности населения к жизненно важным видам продовольствия.

Основой для разработки правовых нормативных документов, концепций и программ, обеспечивающих развитие отношений продовольственной безопасности страны, является утвержденная указом президента от 30 января 2010 года Доктрина продовольственной безопасности Российской Федерации. В доктрине выделены следующие основные направления:

— повышение экономической доступности продовольствия для всех групп населения через снижение уровня бедности, адресную поддержку наиболее нуждающихся слоев населения, обеспечение сбалансированного питания беременных и кормящих женщин и особенно детей дошкольного и школьного возраста;

— обеспечение физической доступности продовольствия, для чего необходимо поддерживать отдельные регионы страны, развивать транспортную и торговую сеть, особенно в сельской местности;

— улучшение качества продовольствия, через принятие мер к обеспечению соответствия продовольствия требованиям технических регламентов на всех стадиях производства;

— во внешнеэкономической политике балансировать объемы экспорта и импорта продукции АПК, чтобы не создавать неоправданного давления на внутренний агропродовольственный рынок. Ситуация осложнилась при

вступлении России в ВТО, когда отечественные производители вынуждены приобретать энергоресурсы по мировым ценам, конкурировать с импортерами в качестве, себестоимости и, соответственно, в цене [2].

Правительство Самарской области одобрило Стратегию развития агропромышленного комплекса губернии на период до 2020 года [3]. Ее реализация позволит значительно повысить объемы производства мяса, молока и яиц и обеспечить таким образом продовольственную безопасность нашего региона.

Стратегия будет осуществляться в три этапа.

Первый этап реализации Стратегии ориентирован на стабилизацию ситуации в аграрном секторе экономики Самарской области, создание организационно-экономических условий для устойчивого развития АПК региона в средне- и долгосрочной перспективе.

Второй этап предполагает реализацию мероприятий по обеспечению сбалансированного развития регионального АПК, модернизацию производственно-технической базы сельского хозяйства и, как результат, достижение устойчивого роста производства сельскохозяйственной продукции.

Третий этап нацелен на решение задач инновационного развития АПК, достижение уровня сельскохозяйственного производства, обеспечивающего продовольственную безопасность региона и конкурентоспособность в условиях глобального рынка.

Конечной целью реализации Стратегии является достижение объёмов собственного производства основных видов продуктов питания, гарантирующих продовольственное самообеспечение региона с учётом параметров, заложенных в Доктрине продовольственной безопасности Российской Федерации.

Литература:

1. Внешняя торговля РФ: Учеб. пособие (Гриф УМО РФ) / Под ред. В.Н. Бурмистрова. — М.: ЮРИСТЪ, 2001. — 384 с.
2. Доктрина продовольственной безопасности Российской Федерации. Утверждена Указом Президента от 30.01.2010 № 120.
3. Постановление Правительства Самарской области от 12 мая 2011 г. N 175 «О Стратегии развития агропромышленного комплекса Самарской области на период до 2020 года».
4. Спиридонов, И. А. Мировая экономика: Учеб. Пособие / И. А. Спиридонов. — М.: ИНФРА-М, 2001. — 256 с.
5. Официальный портал федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.gks.ru>.

Евразийская интеграция: сложный и длинный путь

Вьюнов Валерий Николаевич, кандидат философских наук, доцент;

Нур Фатима Ибрагим, аспирант;

Пискарев Александр Евгеньевич, магистрант;

Иванова Татьяна Александровна, студент;

Самсонова Мария Александровна, студент;

Сидельникова Алина Александровна, студент

Московский государственный университет пищевых производств

В настоящий момент в рамках кафедры Современные торговые операции Север-Юг в МГУПП ведутся значительные глубинные исследования по вопросам международных взаимоотношений. Одним из подтверждений этому служат научные статьи по данной тематике за последний период [1–7]. Настоящая работа всего лишь одна из указанного блока.

В период перехода Таможенного союза в ЕврАзЭС, а в дальнейшем в Евразийский Экономический Союз (ЕАЭС) следует обратиться к истокам возникновения самой идеи создания мощного межгосударственного союза на постсоветском пространстве.

С чего же все начиналось? Каковы были предпосылки создания разных институциональных форм евразийской экономической интеграции?

Таможенный союз — наиболее распространенная форма международной интеграции наряду с политической, военной и в широком смысле экономической. Целью любого ТС выступает формирование общей таможенной территории и совместной тарифной и торговой политики участников. Интеграция стран в XX–XXI вв. развивалась путем постепенного перехода к более высокой фазе сотрудничества, взаимного дополнения, взаимосвязи.

26 декабря 1991 года произошел распад СССР, после которого образовались 15 отдельных государств, строящих хозяйственные отношения внутри страны и на внешней арене самостоятельно. Одни страны стали ориентироваться на Евросоюз и интеграцию в единое таможенное пространство ЕС, другие тяготели к сотрудничеству с азиатскими странами и Китаем как крупнейшим региональным промышленным торговым партнером.

Для решения экономических и политических трудностей стран бывшего СССР был подписан ряд соглашений и договоров. В январе 1993 года был принят Устав СНГ. Достигнут определенный прогресс в формировании и развитии организационной структуры СНГ. Принципиальное значение для укрепления сотрудничества имеет Договор о создании экономического союза от 24.09.1993 г. К сожалению, реального и полноценного союза на основе процесса интеграции участников так и не получилось. Например, в 1993 г. в СНГ вошла Грузия, а уже в 2009 г. покинула СНГ. Украина и Туркменистан так и не подписали Устав СНГ. Формат СНГ — далеко не строго позитивный в каждый период, часто противоречивый и драматичный, с явными откатами, противостоянием участников.

Попыткам евразийской интеграции стран СНГ в 90-е годы противостояла многосторонняя борьба центристских и центробежных сил, тенденций, ресурсов, воле элит. Как отмечает советник Президента РФ академик С. Глазьев, «... в силу сочетания разных объективных и субъективных факторов процесс затянулся и становится проблемой, которую нужно анализировать, обсуждать и решать». [8]. К примеру, только около 10% договоров в рамках СНГ было реализовано.

Первые предложения о создании Таможенного союза стали выдвигаться в начале 1995 года, когда состоялось подписание соглашения между Россией и Республикой Беларусь. Несколько позже к ним присоединилась и Республика Казахстан, в 1996 году — Кыргызстан, который в 1998 году перешел в ВТО. Задача этого этапа формирования Таможенного союза — правовое оформление сближения таможенной политики, ликвидация таможенных ограничений во взаимной торговле, переход к единому таможенному регулированию в отношении третьих стран [9].

26 февраля 1999 года был подписан Договор о Таможенном союзе и Едином экономическом пространстве. Это привело к формированию четкой концепции построения новой системы отношений в экономической, особой таможенно-тарифной, социальной, правовых сферах участников ТС; началу создания функционирующей единой таможенной территории, согласованию применения новых единых ставок таможенных платежей и технологии формирования общей тарифной и торговой политики участников ТС [10].

Предусмотрено, что ЕЭП формируется поэтапно. Первый этап имеет целью завершение формирования ТС и единой таможенной территории. Второй этап предполагает создание Единого экономического пространства, включающего формирование общего (внутреннего) рынка товаров, услуг, капитала и труда, проведение общей экономической политики и создание единой инфраструктуры, завершение гармонизации законодательства сторон, обеспечивающего функционирование Единого экономического пространства. На последующих этапах экономического сотрудничества стороны будут стремиться к согласованию параметров основных макроэкономических показателей [11].

10 октября 2000 года Беларусь, Казахстан, Кыргызстан, Россия и Таджикистан подписали Договор об уч-

реждении Евразийского экономического сообщества (далее — ЕврАзЭС). Цель создания ЕврАзЭС — эффективное продвижение процесса формирования договаривающимися сторонами ТС и ЕЭП на основе свободного перемещения ресурсов, содействия структурной перестройке экономик, проведения согласованной социально-экономической политики участников ЕврАзЭС [12].

16 августа 2006 года главы Государств Беларуси, Казахстана и России приняли решение о формировании в рамках ЕврАзЭС нового Таможенного союза, в дальнейшем открытого для других государств-членов ЕврАзЭС.

На 19 заседании Межгоссовета ЕврАзЭС 6 октября 2007 г. главами трех государств Сообщества подписаны документы, являющиеся ключевыми для функционирования таможенного союза, формирующие его институциональную структуру и определяющие механизм присоединения к таможенному союзу других государств:

- Договор о Комиссии таможенного союза;
- Договор о создании единой таможенной территории и формировании таможенного союза;
- Протокол о порядке вступления в силу международных договоров, формирующих договорно-правовую базу таможенного союза, выхода из них и присоединения к ним [13].

Новый рубеж развития евразийской интеграции — 18.12.2011 г., когда главы участников ТС приняли Декларацию о создании Евразийского экономического союза (ЕАЭС), в рамках которого с 1 января 2012 г. 17 базовых

соглашений по интеграции призваны обеспечить свободу движения товаров, капиталов, услуг и рабочей силы. В 2012 г. создана Евразийская экономическая комиссия (ЕЭК) как надгосударственный орган экономического управления и координации.

29 мая 2014 г. Договор о создании ЕАЭС подписали Россия, Беларусь и Казахстан.

В октябре 2014 г. Президенты России, Беларуси и Казахстана подписали национальные законы о ратификации Договора о создании ЕАЭС. Следует подчеркнуть, что ЕврАзЭС прекратило существование де-юре, но реально возрождается и развивается, обогащается уже в рамках ЕАЭС. В рамках ЕврАзЭС было подписано более 250 разносторонних соглашений, т.е. создана фундаментальная договорная и законодательная база дальнейшего сотрудничества. Договор о создании ЕАЭС вступил в силу с 1 января 2015 г., призван обеспечить интенсификацию интеграционных процессов участников и является открытой моделью сотрудничества [14].

Как отмечают российские специалисты, в рамках ЕЭП пока не происходит серьезных структурно-технологических и инвестиционных изменений в производственном секторе экономики, рост взаимного товарооборота в 2011–2012 сменился заметным снижением темпов. Например, отношение взаимной торговли членов ТС к общему ВВП стран-участниц в 2012 г. составило 1,8%, а в СНГ — 3,4%, в мире — около 20%, в ЕС — 25,7% [15, 16].

Литература:

1. Мاستихин, А. А., Савина Е. А., Попов К. А., Стригина М. О., Филиппова М. Г., Складенко С. А. Последствия вступления в ВТО для отечественной фармацевтической промышленности // Молодой ученый. 2014. № 6 (65). С.453–455.
2. Складенко, С. А., Нечаев Б. П., Тимошина А. В., Перегудова Е. П., Моргунова Т. Д. Роль таможенных органов в системе государственного надзора и контроля в области обеспечения качества и безопасности ввозимой пищевой продукции // Молодой ученый. 2014. № 10 (69). с. 332–333.
3. Юсуф, А. М. Природно-климатические и социально-экономические условия развития АПК республики ЧАД // Инженерный вестник Дона. 2012. Т. 23. № 4–2 (23). С.34.
4. Юсуф, А. М. Состояние промышленного производства республики ЧАД // Теория и практика общественного развития. 2013. № 4. С.280–283.
5. Рокотянская, В. В., Юсуф А. М. Совершенствование механизма управления природно-ресурсным потенциалом пространственной экономической системы (на примере национальных экономик) // Экономические аспекты пищевых производств: сборник материалов научно-практической конференции. 2012. С.144–149.
6. Юсуф, А. М., Рокотянская В. В. Природно-ресурсный потенциал как фактор обеспечения продовольственной безопасности пространственной экономической системы // Живые системы и биологическая безопасность населения. Материалы X Международной научной конференции студентов и молодых ученых. 2012. С.361–364.
7. Еделев, Д. А., Кантере В. М., Матисон В. А. Регулирование торговых отношений в странах-членах ВТО на основе многосторонних соглашений // Пищевая промышленность. 2013. № 9. С.54–58.
8. Глазьев, С. Проблемы евразийской интеграции // Европейский клуб, № 11, 14
9. Внешнеэкономические связи постсоветских стран в контексте евразийской интеграции / Л. Б. Варданский, А. Г. Пылин. — М.: ИЭ РАН. 2014.
10. Кошель, А. Политические детерминанты евразийской интеграции // Международная жизнь. 2014. № 11.
11. Путин, В. В. Новый интеграционный проект для Евразии — будущее, которое рождается сегодня. // Известия, 2011, 10 октября.
12. Степаненко, А. Процесс евразийской интеграции стран СНГ. // Международная жизнь. 2014. № 9.

13. Евразийский интеграционный проект: эффекты и проблемы реализации. Научные доклады ИЭ РАН. Отв.ред. С. П. Глинкина. — М.: ИЭ РАН, 2013.
14. Зиядуллаев, Н. Евразийский Экономический Союз: проблемы и перспективы. // Экономист. 2014. № 10.
15. О ратификации Договора о Таможенном союзе и Едином экономическом пространстве: Закон Респ. Беларусь от 9 нояб. 1999 г. № 303-З:
16. Единое экономическое пространство: история создания, институциональная основа и объем согласованных сфер деятельности. Revera Consulting Group.

О государственном регулировании и поддержке в новых экономико-политических условиях

Дорохова Виктория Алексеевна, студент
Курский государственный медицинский университет

В статье проанализированы направления государственной поддержки, оказываемой сельскохозяйственным организациям Курской области, проведено ее группировка по критерию доступности для получателей. В исследовании оценена структура выделяемых субсидий и выявлены особенности их дифференцирования между сельскохозяйственным организациям, исходя из чего предлагается сделать переход в характере государственной поддержки от компенсационного к стимулирующему.

Ключевые слова: сельское хозяйство, сельскохозяйственное производство, государственное регулирование, государственная поддержка, субсидии, инновационных проекты, льготное кредитование, распределение бюджетных средств, ВТО, импортзамещение, продовольственная безопасность, Курская область.

В настоящее время развитие агропромышленного производства страны входит в число главных задач экономической политики и рассматривается как приоритетное направление, в основе которого — обеспечение населения продукцией собственного производства. Минсельхозу России удалось в последнее десятилетие изменить в лучшую сторону катастрофический вектор развития отечественного сельского хозяйства. В частности, величина субсидий сельскохозяйственным организациям Курской области на 1 га пашни за последние 5 лет возросла в 6 раз — с 213 руб. до 1245 руб., а в стоимости сельскохозяйственной продукции — в 3 раза (с 2,6% до 7,4%).

Тем не менее, уровень государственной поддержки сельскохозяйственного производства значительно ниже, чем в развитых странах. В последнее десятилетие поддержка производителей в расчете на 1 га пашни составляла: в ЕС — 843 долл., Японии — 9529, Норвегии — 2882, Швейцарии — 3155, США — 155 долл. Государственные субсидии в стоимости сельскохозяйственной продукции в среднем составляют в США — 30%, Швеции — 59, Канаде — 41, Японии — 68, Австрии — 52, Норвегии — 77, Швейцарии — 80, Финляндии — 67% [4].

Более того страны ЕС дают хорошие примеры по поддержке своих АПК, проводя политику ограничений на импорт в свои страны конкурентоспособной продукции, всеми методами защищают национальное производство, стимулируют экспорт, наращивают конкурентные пре-

имущества, используют таможенную защиту, квоты, нетарифные барьеры, технические (маркировка, упаковка), санитарные и фитосанитарные меры защиты собственного рынка. У них много запретов, законов в части ограничения остатков гербицидов, пестицидов и других опасных веществ в сельскохозяйственной продукции. Используются и специальные защитные меры. Все это с учетом российской специфики следует широко использовать в механизме хозяйствования и управления агропромышленным комплексом [6].

Основные виды прямой поддержки в Курской области, декларируемые на современном этапе, можно условно разделить на три группы. Мы считаем целесообразным систематизировать их по критерию доступности для сельхозорганизаций (табл. 1).

Так, в первой группе субсидии несут унифицированный характер и могут выплачиваться каждому сельхозтоваропроизводителю. Данные меры являются наиболее рыночными, но есть нюансы, которые делают их эффективность весьма спорной. Вызвано это тем, что этими средствами государственной поддержки сельхозорганизации могут воспользоваться только при условии удовлетворительного финансового состояния.

В то же время субсидии второй группы распространяются только на специфические виды деятельности. При этом эффективность государственной поддержки в целом зависит от стимулирования развития селекции и семеноводства. К сожалению, сокращение их размеров и доли в структуре субсидий может свидетельствовать о сни-

Таблица 1. **Виды прямой поддержки сельхозорганизаций Курской области**

1-я группа	2-я группа	3-я группа
Субсидирование: — процентной ставки по сезонным, кратко-срочным и долгосрочным кредитам; — лизингового процента по сельхозтехнике и оборудованию; — приобретения ГСМ; — части стоимости минеральных удобрений и затрат по страхованию	Субсидии на: — развитие растениеводства, в т.ч. семеноводства; — развитие животноводства, в т.ч. на поддержку племенного животноводства	Федеральные целевые программы: — «Сохранение и восстановление плодородия почв России»; — «Социальное развитие села»

жении эффективности структуры государственной поддержки.

Финансирование мероприятий в рамках реализации федеральных целевых программ (третья группа) сталкивается с наибольшими сложностями ввиду отсутствия четкой конкретизации условий компенсации или финансирования затрат производителей и местных органов власти. По этой же причине целевые программы традиционно недофинансируются. В целевых программах федеральные и региональные ресурсы концентрируются на приоритетных направлениях агропромышленного производства и переработки продукции, поддержке наиболее эффективных производств и ресурсосберегающих технологий.

Следует заметить, что государство в таких условиях старается через льготное кредитование, путем субсидирования процентной ставки по кредитам удовлетворить потребность сельских товаропроизводителей в заемных средствах. На эти цели уходит 70% государственной поддержки, однако их распределение происходит крайне дифференцировано [3,4]. Такой подход, на наш взгляд, не способствует решению как традиционно основных проблем сельского хозяйства (повышение его доходности и расширению возможностей ведения производства на расширенной основе с применением инновационных подходов), но и текущих потребностей импортзамещения. В то же время хоть механизм реализации этой госпрограммы не отлажен, тем не менее, господдержка становится все более ощутимой, что весьма важно в условиях необходимости экстренного импортзамещения продовольствия.

Увеличение размера субсидий в 2012–2013 гг. позволили сельскохозяйственным предприятиям снизить убытки и обеспечили возможность осуществлять воспроизводственный процесс. Однако отдача от государственной поддержки остается низкой. В ближайшей перспективе необходимо расширение направлений аграрной политики. В частности, с учетом требований ВТО целесообразно больше внимания уделять использованию косвенных мер государственной поддержки АПК [1].

В условиях потребности импортзамещения необходимо интенсивное наращивание объемов производства продовольствия, которое, в первую очередь, должно коснуться наиболее уязвимых и низкоконкурентных на данном этапе

направлений. Переход к конкурентоспособному ведению сельскохозяйственного производства почти всегда сопровождался увеличением роли государства в регулировании внедрения и использования инновационных процессов. Эффективность государственной поддержки выражается не только в обеспечении более высокого уровня рентабельности сельскохозяйственного производства, но и в окупаемости вложенных средств в производство продукции.

Оказывая поддержку коммерческим организациям в институциональной форме или в форме реализации инновационных проектов развития, возможен их переход к саморазвитию, т.е. открываются возможности решения задач развития крупной экономической системы в условиях жестких ресурсных и временных ограничений. Финансовое стимулирование этого направления соответствует новой парадигме государственного регулирования в условиях открытой экономики. В связи с этим предлагается считать основной задачей государственной регуляции инновационного развития на уровне региона определение и формирование подобных сельскохозяйственных товаропроизводителей, стимулирующих внедрение инноваций в производство и реализация прорывных инновационных проектов [2,5].

Вступление в 2012 г. России в ВТО обострило проблемы, связанные с необходимостью укрепления конкурентных позиций отечественных предприятий на рынках сельскохозяйственного сырья и продовольствия. Решение этих проблем будет способствовать с одной стороны сохранению продовольственной безопасности страны, а с другой — улучшению финансовых результатов предприятий. Основными задачами в этой связи, являются: повышение конкурентоспособности отечественной аграрной продукции, наращивание объемов ее производства с целью импортозамещения, и увеличения экспорта.

Особенности адаптационного периода к условиям открытой экономики для сельскохозяйственного производства видятся и в том, что на этом этапе неизбежно усиление дифференциации финансового положения субъектов рынка, возрастание роли отраслевого и продуктового подходов, видения конкурентных преимуществ территорий, более полно просматриваются продукты конкурентоспособные и неконкурентоспособные, большое

значение приобретает анализ отраслевых рынков. Успех адаптации зависит и от состояния макроэкономики, бюджетной и монетарной политик, в частности, от курсовой политики в сфере национальной валюты. По мнению ряда исследователей в этот период было бы полезно некоторое управляемое ослабление рубля, не создающее высокой волатильности на валютном рынке и угрожая стабильности экономики страны и благосостояния ее граждан [6].

В то же время для полномасштабного инновационного развития сельского хозяйства региона инвестиций и кредитных ресурсов недостаточно, а реализация масштабных инновационных проектов осуществляется в основном крупными структурами, инвестиционными компаниями и агрохолдингами, поэтому средства государственной поддержки, направляемые по большей мере им через механизм субсидирования процентной ставки по кредитам, в конечном счете, оседают в банковской сфере. Необходимо пересмотреть основы государственного регулирования сельскохозяйственного производства, чтобы поддержка носила не компенсационный характер, а стимулирующий.

В этой связи, ряд ученых считают [3], что поддержку государством производственной сферы страны в целом

можно эффективно осуществлять, создавая максимально благоприятные условия для роста инвестиций, путем рефинансирования коммерческих банков под доступный для производственных предприятий (в том числе и аграрной сферы) процент и на сроки, соответствующие длительности научно-производственного цикла в инвестиционном комплексе. Расширение и удлинение рефинансирования коммерческих банков на универсальных единых условиях при снижении ключевой процентной ставки до уровня рентабельности предприятий инвестиционного сектора позволит найти необходимые для модернизации сельскохозяйственного производства и связанных с ним отраслей кредитные ресурсы. При этом средства прямой государственной поддержки, которые при таком механизме функционирования финансовой системы не будут необходимы тратить на субсидирование процентной ставки, целесообразно направить на стимулирование инновационной деятельности (в первую очередь это должно коснуться биологических и генетических факторов), развитие производства дефицитных видов продукции необходимых для импортзамещения, а также проведение программ развития села и повышения уровня жизни сельского населения.

Литература:

1. Векленко, В. И. Совершенствование направлений аграрной политики в регионе / В. И. Векленко, А. А. Золотарев, Е. И. Черников, В. М. Солошенко // Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии. 2014. № 7. с. 7–9.
2. Зюкин, Д. А. Оценка инновационной восприимчивости сельскохозяйственных организаций / Д. А. Зюкин, Н. А. Пожидаева, С. А. Быканова, С. А. Беляев // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. 2014. № 10. с. 30–34.
3. Зюкин, Д. А. Перспективы развития сельскохозяйственного производства Курской области / Д. А. Зюкин, О. В. Святова, Н. А. Пожидаева // Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии. 2014. № 7. с. 23–25.
4. Зюкин, Д. А. Повышение эффективности использования и распределения средств государственной поддержки, направленных на развитие зернового хозяйства: Монография. Курск: «Деловая полиграфия», — 2012. 120 с.
5. Зюкин, Д. А. Эффективность использования и распределения государственной поддержки зернового хозяйства // Экономический анализ: теория и практика. — 2012. — № 8. — С. 46–56.
6. Сафронов, В. В. К вопросу адаптации российского агропромышленного комплекса к условиям членства России в ВТО / В. В. Сафронов, Н. В. Переверзева, Н. А. Пожидаева // Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии. 2014. № 1. с. 2–4.

Теория и методология развития территориальных агломераций

Еремеев Егор Иванович, аспирант
Сыктывкарский государственный университет (Республика Коми)

В рамках исследования автором производится теоретико-методологические аспекты развития территориальных агломераций в северных регионах, описываются методические аспекты развития промышленно-сырьевых агломераций в северных регионах.

Ключевые слова: *промышленно-сырьевая агломерация, северный регион, территориально-отраслевое планирование, комплекс сырьевых предприятий.*

Развитие территориальных экономических образований определяет потребность в совершенствовании теоретико-методологических аспектов развития территориальных агломераций в северных регионах России. Необходимо провести исследования, определить закономерности и особенности функционирования промышленных агломераций и других территориальных экономических образований в рамках субъекта Федерации, так как отсутствуют универсальные решения исследуемой проблемы в рамках существующих подходов к развитию региональной экономики. Таким образом, актуально исследование теоретико-методологических аспектов развития территориальных агломераций в северных регионах.

Степень разработанности проблемы. Проблемы территориально-отраслевого взаимодействия предприятий добывающих и перерабатывающих отраслей промышленности в северных регионах рассматривались в трудах отечественных и зарубежных авторов, среди которых: Гранберг А. Г., Анимица Е. Г., Некрасов Н. Н., Лаженцев В. Н., Татаркин А. И., Крюков В. А.

Объектом исследования является северный регион, как организационно-экономическое пространство формирования и развития промышленно-сырьевых агломераций.

Предметом исследования являются организационно-экономические отношения, складывающиеся в процессе формирования и развития промышленно-сырьевых агломераций в северных регионах.

Цель исследования заключается в определении теоретико-методологических аспектов развития территориальных агломераций в северных регионах.

Достижение поставленной цели осуществляется посредством решения следующих задач: описать сущность понятия промышленно-сырьевой агломерации, выделить особенности и предпосылки развития промышленно-сырьевых агломераций в северных регионах.

Теоретической и методологической основой исследования послужили научные труды отечественных и зарубежных ученых в области проблем социально-экономического развития северных регионов.

Основные методы исследования: системный анализ, сводка и группировка данных, метод сравнения и аналогий, метод обобщений, проектного подхода в рамках практики обоснования и реализации управленческих решений.

По результатам исследования автором обозначено, что в настоящее время в науке существует несколько методологических подходов к пониманию сущностных характеристик региона, позволяющих выстроить теоретико-методологическую последовательность в рамках анализа различных социально-пространственных форм.

В рамках *территориально-административного подхода* регион рассматривается в качестве политико-административной территории (область, край, республика). Л. А. Романова под регионом понимает «территориальные образования, в составе страны, наделенные в со-

ответствии с федеральным законодательством статусом компетенциями субъекта федеративного государства правами, обязанностями определенными Конституцией РФ, конституционными актами субъектов, федеративными договорами между субъектами федерации и федеральным центром» [12].

По мнению В. Г. Игнатова и В. И. Бутова регионом является «территория в административных границах субъекта Российской Федерации, с характерными чертами: комплексностью, целостностью, специализацией и управляемостью, поддерживаемыми и сосредоточенными в рамках политико-административных органов управления» [8].

Другие исследователи определяют регион как «территориальное формирование, с четко определенными административными границами, в рамках которых воспроизводятся социальные и экономические процессы жизнеобеспечения общества, обусловленные местом региона в системе территориального разделения труда». В данном случае границы региона и субъекта Федерации совпадают, либо «регион объединяет территории нескольких субъектов» [7].

Л. С. Тарасевич определил регион в качестве «территориального образования в рамках единого экономического поля, являющегося посредником между макро- и микро-экономикой, оптимизируя функции всех уровней: экономических, социальных, политических систем в рамках пространства всей территории РФ». В рамках данного подхода под регионом понимается «формируемая посредством силы внутреннего сцепления территория, являющаяся однородной по определенному виду критериев и отличающаяся от смежных территорий» [13].

С. Г. Воронков понимает под регионом «территориально-пространственную форму организации производства и при этом субъекта, обладающего необходимыми полномочиями для перегруппировки ресурсов и выступающего в качестве субъекта-участника социально-экономических процессов, обладающего определенной социокультурной инфраструктурой, обеспечивающей целостность среды обитания человека на определенной территории и формирующей устойчивость субъекта к возможным изменениям» [5].

Э. Куклински определяет регионы в качестве «составных частей пространственной экономической сети, в качестве так называемых «островов» инновационного развития и предпринимательского духа, с преобладанием конкурентных сил, привлекающих на себя важную часть мирового рынка товаров и услуг» [9].

В рамках *экономико-географического подхода*, регион (район) рассматривается в качестве «все-сторонне развитой в экономическом отношении территории, с наиболее выгодным для народного хозяйства характерным сочетанием природных ресурсов, производственных устройств и мощностей, населения с его трудовыми навыками, транспортных устройств и других материальных ценностей» [13].

Пространственно-организационные производственные формы, в качестве которых предлагается рассматривать кооперацию, комбинирование, концентрацию, реализуют свой потенциал в территориальных границах определенного региона. Н.Н. Колосовский предложил понятие «энергопроизводственного цикла», включающего «все многообразие устойчивых производственных процессов сведенных к совокупности восьми циклов, при этом каждый развивается в экономическом районе на основе сочетания определенного вида сырья и энергии, основанных на использовании технико-экономического подхода в рамках индустриальной экономики» [10].

Воспроизводственный подход, рассматривает регион в качестве первого звена территориальной формы общественного воспроизводства, в рамках которого концентрируются виды деятельности, связанные с производством, распределением, обменом и потреблением товаров и услуг, т.е. сохраняется целостность воспроизводственного процесса, происходит согласование территориальных и отраслевых форм хозяйственной деятельности. Н.М. Ратнер определяла регион в качестве «обособленной территориальной социально-экономической системы воспроизводства в ранге субъекта права — субъекта Российской Федерации» [13].

А.С. Новоселов рассматривает регион в качестве «подсистемы социально-экономического комплекса государства, относительно самостоятельной его части с за-

конченным циклом воспроизводства и специфическими характеристиками социально-экономических процессов в рамках страны» [2].

Воспроизводственные процессы в рамках приведенных трактовок региона (экономические, социальные, демографические, организационно-управленческие и др.), разные по масштабам, длительности и функциям в пространстве региона, накладываются в процессе взаимодействия структурных элементов и формируют относительно сложные интеграционные формирования: социально-экономические, производственно-технологические, эколого-экономические и т.п.

В.Н. Лаженцев [12] предложил для определения регионов использовать *технологический (производственно-технологический) подход*, означающий, что «группы смежных производств, связанных однообразными технологическими цепями, могут заключаться в рамках пространства региона». При этом, «способы технологического объединения природных и общественных производительных сил все больше приобретают районные, а не только внутривоспроизводственные либо внутриотраслевые характеристики». В соответствии с данной трактовкой развитие региона происходит ввиду развития материально-технической среды рассматриваемой в качестве совокупности созданных посредством производительного труда технологических приемов производства в рамках технологических комплексов [14].

Литература:

1. Losch, A. Die raumliche Ordnung der Wirtschaft. — Jena, 1944 (русский перевод: Пространственная организация хозяйства. — М., 2007). (дата обращения: 01.10.2014).
2. Siebert, H. Regional Economic Growth: Theory and Policy. — Scranton, 1969. (Дата обращения 15.11.2014).
3. Еремеев, Е.И., Шихвердиев А.П., Шеломенцев А.Г., Беляев В.Н. Методология развития промышленно-сырьевых агломераций в Северных регионах // Корпоративное управление и инновационное развитие Севера: Вестник Научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета. — 2014. — № 3. — с. 120–141. URL <http://vestnik-ku.ru/articles/2014/3/9.pdf> (дата обращения: 01.11.2014).
4. Еремеев, Е.И. Оценка результативности организационно-экономического механизма развития промышленно-сырьевых агломераций на примере Республики Коми Методология развития промышленно-сырьевых агломераций в Северных регионах // Корпоративное управление и инновационное развитие Севера: Вестник Научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета. — 2014. — № 4. — с. 115–125. URL <http://vestnik-ku.ru/articles/2014/4/10.pdf> (дата обращения: 23.12.2014).
5. Еремеев, Е.И. Промышленно-сырьевая агломерация в условиях развития северного региона. Сборник научных трудов: материалы научно-практической конференции «Финансово-экономические, управленческие, информационные и правовые механизмы обеспечения благоприятного инвестиционного климата в регионе» в рамках X международного северного социально-экологического конгресса Сыктывкар, 2014. с. 55–60. (дата обращения: 23.12.2014).
6. Еремеев, Е.И. Промышленно-сырьевая агломерация в регионах Севера России: условия и перспективы развития // Вестник Коми республиканской академии государственной службы и управления. Серия: Теория и практика управления. — 2014. — № 12 (17). — с. 69–72. (дата обращения: 23.12.2014).
7. Игнатов, В.Г., Бутов В.И. Регионоведение: методология, политика, экономика, право. — Ростов-на-Дону, 1998. — с. 18. (дата обращения: 01.10.2014).
8. Куклински, Э. Региональное развитие — начало поворотного этапа // Региональное развитие и сотрудничество. 1997. — Нулевой выпуск. — с. 3. (дата обращения: 01.10.2014).

9. Колосовский, Н.Н. Теория экономического районирования. — М., 1969. — с. 255–256. (дата обращения: 01.10.2014).
10. Кузнецова, О.В. Экономическое развитие регионов: теоретические и практические аспекты государственного регулирования. — М., 2005. — с. 9–40. (дата обращения: 01.10.2014).
11. Лаженцев, В.Н. Опыт комплексного исследования проблем территориального развития. — Сыктывкар, 2003. — с. 13. (дата обращения: 01.10.2014).
12. Некрасов, Н.Н. Проблемы региональной экономики. — М., 1978. — с. 29.
13. Ратнер, Н.М. Основы региональной экономики. — Екатеринбург, 1998. — с. 16.
14. Ятнов, В.А. О научном наследии доктора экономических наук, профессора Н. М. Ратнер // Экономика региона. 2005. — № 1. — с. 166–168. (дата обращения: 01.10.2014).

Управление финансовыми рисками хозяйственной деятельности предприятия пищевой промышленности

Зубарев Иван Алексеевич, студент;
Стригина Мария Олеговна, кандидат экономических наук, доцент
Московский государственный университет пищевых производств

Проблематика управления рисками (далее УР), в т.ч. выявление наличия и степени неопределенностей в принятии решений и их преодоления существует в любом секторе экономики. Любой субъект экономики на любом ее уровне неизбежно сталкивается с неординарными ситуациями, незапланированными или непредвиденными событиями, на которые необходимо адекватно реагировать, чтобы не понести убытки. Отсутствие реагирования на ситуацию, согласно теории риск-менеджмента, является также принятым решением, которое в зависимости от ситуации может приносить как прибыль, так и убытки. УР позволяет руководству эффективно действовать в условиях неопределенности и связанных с ней рисков и использовать возможности, увеличивая потенциал для роста стоимости компании. Рост стоимости будет максимальным, если руководство определяет стратегию и цели таким образом, чтобы обеспечить оптимальный баланс между ростом компании, ее прибыльностью и рисками. Среди существующих концепций управления рисками, пожалуй, наиболее авторитетной на сегодняшний день является концепция, разработанная в COSO и изложенная в документе «Управление рисками организаций — интегрированная модель». Согласно этой концепции, УР охватывает различные направления деятельности предприятия и связано с такими категориями целей, как стратегические, операционные, подготовка отчетности и соблюдение законодательства. Взаимосвязь между целями организации и компонентами процесса управления рисками представлена в виде куба. В соответствии с этой концепцией, управление рисками организации — это процесс, осуществляемый советом директоров, менеджерами и другими сотрудниками, который начинается при разработке стратегии и затрагивает всю деятельность организации. Он направлен на определение событий, которые могут влиять на организацию, и управление связан-

ными с этими событиями рисками, а также контроль того, чтобы не был превышен риск-аппетит организации (риск, на который организация готова пойти) и предоставлялась разумная гарантия достижения целей организации.

Определение «эффективности» процесса УР является предметом субъективного суждения, формирующегося в результате оценки наличия и эффективности функционирования восьми компонентов УР. Таким образом, эти компоненты также служат критериями эффективности процесса управления рисками. Чтобы компоненты присутствовали и эффективно функционировали, должны отсутствовать значительные недостатки, и риск должен быть сведен к пределам, не выходящим за рамки риск-аппетита данной организации.

Эффективность процесса УР по каждой из четырех категорий целей дает совету директоров и руководству организации разумную гарантию того, что они владеют информацией, в какой степени достигнуты стратегические и операционные цели организации, а также того, что отчетность предприятия является достоверной, а применяемое законодательство и нормативные акты соблюдаются.

Компоненты процесса УР не могут функционировать одинаково в каждой организации. Их применение на предприятиях малого и среднего бизнеса, например, может быть менее формализовано и менее структурировано. В то же время, небольшие предприятия могут иметь эффективную систему УР только в том случае, если каждый из компонентов в ней присутствует и должным образом функционирует.

Переходя к основной проблематике статьи — управлению финансовыми рисками, стоит отметить, что тенденция развития национальных и транснациональных финансовых систем на современном этапе уже не первое десятилетие заключается в стремлении к тотальной глобализации финансов и финансового рынка. На состояние

финансовых рынков оказывают всё большее влияние возмущающие факторы внешней среды, что приводит к увеличению частоты неожиданных изменений на данных рынках и усложнению проблемы оценки и управления рисками при работе на них. В условиях всевозрастающей сложности мировой финансовой системы особую роль при управлении рисками начинают приобретать рынки производных финансовых инструментов, который считается большинством экспертов эффективным механизмом распределения риска между агентами экономики [1–3].

Анализ вопросов теории управления рисками на профильных кафедрах в Московском государственном университете пищевых производств является одним из приоритетных. Свидетельством данному утверждению является количество трудов по данной тематике, изданных профессорско-преподавательским составом вуза только в последние несколько лет. Авторами наиболее интересных из указанных работ явились Еделев Д. А., Матисон В. А., Майорова Н. В., Прокопова М. А., Будагова Е. А., Стригина М. О., Панченко Т. М. и др. Отдельно хотелось бы выделить оригинальные труды доцента вуза Машкова Д. М., посвященные всестороннему анализу рисков, а также труды ряда авторов, посвященные снижению степени риска, через проведение кластеризации на уровне предприятий и организаций [4–16].

Российский рынок производных инструментов (срочный рынок) зародился в середине последнего десятилетия XX века, т.е. почти сразу же после начала рыночных преобразований в стране, при этом до последнего времени он оставался недостаточно привлекательным среди других сегментов российского финансового рынка. Немалую роль в этом явлении сыграло несовершенство отечественного законодательства, в котором, увы, и сегодня существует много противоречивых положений, отталкивающих участников рынка. Присутствие на рынке спекулянтов, то есть участников, старающихся извлечь прибыль за счет принятия дополнительного риска, является нормальным и даже необходимым, при этом основой срочного рынка всегда будут являться операции по хеджированию рисков. У российских организаций пока отсутствует в полной мере культура тотального страхования рисков, в том числе из-за неразвитости услуг страховых компаний по данному направлению. Поэтому проблема управления риском посредством операций хеджирования остается актуальной и на сегодняшний момент [17].

Существующие условия крайне высокой непредсказуемости рыночной ситуации в российской экономике, особенно в период санкций и очередного витка финансово-экономического кризиса с одной стороны, и возможности избегания рисков для инвесторов, открывающиеся на основе изучения и грамотного использования метода хеджирования, с другой стороны, предопределяют важность исследования указанного явления.

Система внутренних механизмов нейтрализации финансовых рисков предусматривает использование следующих основных методов: избежание риска,

лимитирование концентрации риска, хеджирование, диверсификация, трансферт риска, самострахование и ряд иных методик.

Наиболее простым методом в системе внутренних механизмов нейтрализации финансовых рисков является их избежание. Данный метод состоит в разработке таких мероприятий внутреннего характера, которые полностью исключают конкретный вид финансового риска. К числу основных таких мер относятся:

- отказ от осуществления финансовых операций, уровень риска по которым чрезмерно высок;

- отказ от продолжения хозяйственных отношений с партнерами, систематически нарушающими контрактные обязательства;

- отказ от использования в высоких объемах заемного капитала;

- отказ от чрезмерного использования оборотных активов в низколиквидных формах;

- отказ от использования временно свободных денежных активов в краткосрочных финансовых инвестициях.

Отвержение перечисленных рисков лишает предприятие дополнительных источников формирования прибыли, а соответственно отрицательно влияет на темпы его экономического развития и эффективность использования собственного капитала. Поэтому в системе внутренних механизмов нейтрализации рисков их избежание должно осуществляться очень взвешенно при следующих основных условиях:

- если отказ от финансового риска не влечет за собой возникновения другого риска более высокого или однозначного уровня;

- если уровень риска несопоставим с уровнем доходности финансовой операции по шкале «доходность — риск»;

- если финансовые потери по данному виду риска превышают возможности их возмещения за счет собственных финансовых средств предприятия;

- если размер дохода от операции, генерирующей определенные виды риска, несущественен, т.е. занимает неощутимый удельный вес в формируемом положительном денежном потоке предприятия;

- если финансовые операции не характерны для финансовой деятельности предприятия, носят инновационный характер и по ним отсутствует информационная база, необходимая для определения уровня финансовых рисков и принятия соответствующих управленческих решений.

Важным направлением нейтрализации финансовых рисков является лимитирование их концентрации. Механизм лимитирования концентрации финансовых рисков используется обычно по тем их видам, которые выходят за пределы допустимого их уровня, т.е. по финансовым операциям, осуществляемым в зоне критического или катастрофического риска. Такое лимитирование реализуется путем установления на предприятии соответствующих внутренних финансовых нормативов в процессе разра-

ботки политики осуществления различных аспектов финансовой деятельности.

Система финансовых нормативов, обеспечивающих лимитирование концентрации рисков, может включать максимальный размер: заемных средств, используемых в хозяйственной деятельности; товарного (коммерческого) или потребительского кредита, предоставляемого одному покупателю; депозитного вклада, размещаемого в одном банке; вложения средств в ценные бумаги одного

эмитента; максимальный период отвлечение средств в дебиторскую задолженность [18]

При определяемых условиях работы с дебиторами и кредиторами необходимо спрогнозировать сроки, период и величину платежей по кредиторской задолженности и сопоставить ее с дебиторской задолженностью. При изменении целей компании, ее стратегии, рыночных условий и других значимых факторов кредитную политику необходимо пересматривать.

Литература:

1. Абрютин, М. С., Грачев А. В. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия/ М.: Дело и сервис. 2008. — 256с.
2. Селиванов, И. А. Стратегический управленческий учет и устойчивое развитие предприятия// Управленческий учет и финансы. 2012. № 4. С.272–282.
3. Панченко, Т. М. Управление рисками: учебное пособие/ М: Издательский комплекс МГУПП. 2005. 62с.
4. Еделев, Д. А., Матисон В. А., Майорова Н. В., Прокопова М. А., Будагова Е. А. Оценка степени риска — базовая методика многостороннего соглашения по санитарным и фитосанитарным мерам ВТО// Пищевая промышленность. 2014. № 2. с. 54–58.
5. Будагова, Е. А. Инвестиционная политика крупного бизнеса в сфере профессионального образования// Terra economicus. 2009. Т.7. № 2–3. С.112–114.
6. Стригина, М. О. Формирование и тенденции развития рынка платных услуг в ставропольском крае// Terra Economicus. 2009. Т.7. № 4–2. С.288–290.
7. Кирей, М. Ю., Стригина М. О., Сергеев И. С., Еделев Д. А. Управление экономической системой региона, обладающего рекреационным потенциалом// Terra Economicus. 2007. Т.5. № 2–2. С.131–133.
8. Мастихин, А. А., Савина Е. А., Попов К. А., Стригина М. О., Филиппова М. Г., Скляренко С. А. Последствия вступления в ВТО для отечественной фармацевтической промышленности// Молодой ученый. 2014. № 6 (65). С.453–455.
9. Стригина, М. О. Исследование ограничительных детерминант рынка риелторских услуг// Финансы и кредит. 2010. № 11. С.82–85.
10. Стригина, М. О., Скляренко С. А., Филиппова М. Г., Мастихин А. А., Гребиниченко К. А. К теоретическим основам повышения эффективности промышленного предприятия на современном этапе// Экономика и предпринимательство. 2013. № 12–4. С.339–342.
11. Машков, Д. М. Исследование категориального аппарата промышленных рисков // Экономика, статистика и информатика. Вестник УМО. 2013. № 6. С.79–84.
12. Мощенко, О. В., Машков Д. М. Управление рисками внешнеэкономической деятельности промышленных предприятий в условиях глобализации// Пищевая промышленность. 2014. № 6. С.24–27.
13. Скляренко, С. А., Мастихин А. А., Филиппова М. Г., Каппушева Ф. М., Суворов О. А., Муххамад Х. З. Производственная инфраструктура — как ядро кластера // Сборник научных трудов Sworld. 2013. Т.38. № 3. С.57–60.
14. Скляренко, С. А., Мастихин А. А., Филиппова М. Г., Каппушева Ф. М. Оценка механизмов перспективного развития инновационно-образовательного кластера «Технологии питания»// Сборник научных трудов Sworld. 2013. Т.32. № 2. С.24–27.
15. Мастихин, А., Скляренко С., Каппушева Ф., Филиппова М. Инновационно-образовательный кластер, как эффективный механизм развития профессионального образования// РИСК: Ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. 2013. № 2. С.321–324.
16. Мастихина, А. Л., Косикова Ю. А. Преимущества вступления в инновационно-образовательный кластер// Молодой ученый. 2014. № 2 (61). С.490–491.
17. О. В. Ефимова Особенности анализа финансовых результатов в условиях новой информационной базы // Консультант, 2009.
18. Парушина, Н. В. Анализ дебиторской и кредиторской задолженности // Бухгалтерский учет, 2008, № 4, с. 46–67.

Строительная индустрия в народно-хозяйственном комплексе страны

Казаков Никита Александрович, магистрант
Рязанский государственный университет имени С. А. Есенина

Одной из крупнейших отраслей народного хозяйства является строительство. Наряду с машиностроением эта отрасль обеспечивает расширенное воспроизводство производственных мощностей и основных фондов для всех отраслей хозяйства. Результатом или продукцией строительства являются здания и сооружения разного функционального назначения.

Строительство как отрасль материального производства имеет свои специфические особенности: неподвижность продукта при перемещающихся в процессе производства материальных, технических и людских ресурсах; длительность производственного цикла; высокая материалоемкость продукции, что требует наличия мощной материальной базы и размещения ее в пределах регионального радиуса обслуживания; зависимость от влияния вероятностных факторов (погодных условий, организационно-технических неувязок, изменений внешних условий производства и т.д.); сложность и многообразие производственных связей.

Строительство обслуживается более чем 70 отраслями экономики, при этом используется около 50% продукции промышленности строительных материалов, 18% металлопроката, 40% пиломатериалов, более 10% продукции машиностроения.

Строительный комплекс России представляет совокупность подрядных организаций, предприятий промышленности строительных материалов, механизации, транспорта, проектных и научно-исследовательских институтов, лизинговых фирм, учебных заведений и других предприятий и организаций, имеющих разные формы собственности.

В составе строительного комплекса можно выделить пять групп предприятий и организаций (по необходимым элементам любого производственного процесса):

— первая группа — постоянно действующие строительные (подрядные) организации, предприятия стройиндустрии;

— вторая группа — предприятия и организации, представляющие для строительства предметы труда (предприятия промышленности строительных материалов, конструкций, предприятия машиностроения, деревообрабатывающей промышленности и других отраслей);

— третья группа — предприятия и организации, представляющие средства труда (строительное и дорожное машиностроение, производство оборудования для промышленности строительных материалов);

— четвертая группа — предприятия инфраструктуры — совокупности отраслей, обслуживающих производство и обеспечивающих условия жизнедеятельности общества;

— пятая группа — организации, осуществляющие управление строительством (министерства, комитеты, департаменты, объединения, ассоциации).

В настоящее время практически все строительные организации, производственные предприятия материально-технической базы строительства, транспортные и другие организации, обслуживающие отрасль, организационно не связаны, за исключением лишь определенных крупных корпораций.

В силу новых экономических отношений комплексность федерального и в несколько меньшей степени — регионального управления капитальным строительством отсутствует. На территориальном уровне в составе региональных органов исполнительной власти созданы органы по управлению строительством. В их функции, как правило, входит контроль за соблюдением законодательства России и субъектов Федерации о градостроительстве и архитектуре, градостроительных норм и правил; формирование цен на строительную продукцию, проведение экспертизы инвестиционных проектов, выполнение функций заказчика по строительству и ремонту объектов, финансируемых из средств федерального и регионального бюджетов; организация и поведение подрядных торгов на строительство объектов, финансируемых за счет бюджетных средств; участие в развитии системы кредитования жилищного строительства и др.

Таким образом, не будучи связанной, в большинстве случаев, организационно, деятельность предприятий строительной сферы контролируется и регулируется из единого регионального центра.

Строительная индустрия играет важную роль в социально-экономическом развитии страны:

1. Достижение устойчивого развития страны, позволяющего за счет широкомасштабного повышения инвестиционной активности, роста капитальных вложений в строительство, обновления производственного потенциала и материально-технической базы строительного комплекса обеспечить выход России на уровень ведущих зарубежных стран.

2. Усиление конкурентоспособности российских строительных организаций, предприятий стройиндустрии и промышленности строительных материалов на отечественном и зарубежных рынках подрядных работ.

3. Ускорение модернизации производственной базы строительства с ориентацией на преимущественный выпуск эффективных ресурсо- и энергосберегающих материалов, изделий, конструкций, машин и механизмов, не уступающих по своим характеристикам зарубежным аналогам.

4. Обеспечение реализации программ ипотечного кредитования населения на уже действующей и новый

нормативной правовой базе с учетом готовности региональных администраций реально участвовать в этом процессе.

5. Формирование и осуществление государственной градостроительной политики, учитывающей систему социальных, экономических и экологических факторов, обеспечивающих устойчивое развитие отдельных регионов и страны в целом.

Так же следует отметить тот факт, что сейчас состояние делового климата в отрасли демонстрирует отрицательную динамику. Сложившуюся ситуацию характеризуют ряд фундаментальных показателей, таких как: выполненные объемы строительно-монтажных работ, обеспеченность отрасли новыми заказами, численность занятых, обеспеченность собственными ресурсами, кредитными ресурсами и повышение цен на строительно-монтажные работы, так и на приобретаемые строительные материалы, машины и механизмы. Лимитирующую роль в торможении активности отрасли играют административные барьеры и коррупционная составляющая.

Продолжается негативная тенденция сокращения занятости на рынке строительных услуг. Среди факторов, ограничивающих деятельность строительных организаций, не ослабевает актуальность проблемы недостатка квалифицированных кадров. Это обусловлено использованием мобильной и непритязательной рабочей силы, представляющей иностранных специалистов в основном из стран ближнего зарубежья, что приводит к стагнационному развитию отрасли, но не мешает извлекать определенные бонусы. Как всем известно в рыночной эконо-

мике основным результатом деятельности большинства компаний является прибыль, а как она достигается вопрос вторичный.

Можно с уверенностью сказать, что в отрасли существует монополизм отдельных структур, особенно на местных строительных рынках, осуществляются неформальные схемы. Это может в дальнейшем привести к усилению конкурентной борьбы на рынке строительных услуг.

Наблюдается ускорение темпов роста цен на стройматериалы, что неизбежно приводит к повышению цен на строительно-монтажные работы, но при этом сохраняется опережение темпов роста цен на стройматериалы относительно темпов роста цен на строительно-монтажные работы.

Очень негативное воздействие на уровень развития строительных организаций оказывает высокий уровень налогов, а так же недостаток как собственных финансовых ресурсов, так и кредитных и заемных финансовых средств.

В целом же экономическую ситуацию на рынке строительных услуг можно оценить как удовлетворительную. Из всего комплекса проблем мешающих развитию строительного бизнеса можно акцентировать внимание на финансовых как на основных.

Таким образом, строительство как отрасль испытывает дефицит источников роста и ключевым из них является снижение спроса на строительные услуги. Так же существует масса сопутствующих проблем, которые способствуют развитию негативной динамике спроса.

Литература:

1. Федеральный закон Российской Федерации от 30.12.2004 г. № 214-ФЗ Об участии в долевом строительстве многоквартирных домов и иных объектов недвижимости и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации // Российская газета. Федеральный выпуск. — 2004. — 31 декабря № 3669.
2. Гражданский Кодекс Российской Федерации Ч. 1,2,3 от 09.04.2009 г. № 56 ФЗ.
3. Трудовой Кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 № 197 ФЗ (принят ГД ФФ РФ 21.12.2001) (ред. от 29.12.2010) (изм. и доп. вступающим в силу с 07.01.2011).
4. Российская статистика. Ежегодник 2010 г. — 868 с. Суринов А. Е. Издательство РОССТАТ.
5. Алексеева, М. М. Планирование деятельности фирмы / Учебное пособие. — М.: Финансы и статистика, 2007.
6. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия / Под ред. В. А. Раевского. — М.: Финансы и статистика, 2006.
7. Асаул, А. Н., Грахов В. П. Маркетинг-менеджмент в строительстве / под ред. Д. э. н., профессора, заслуженного строителя РФ А. Н. Асаула. — Спб.: «Гуманистика», 2007. — 248 с.
8. Баканов, М. И., Шеремет А. Д. Теория экономического анализа: Учебник. — 5-е изд. перераб. — М.: Финансы и статистика, 2005.
9. Батиенков, В. Т., Чернобровкин Г. Я., Кирнев А. Д. Технология и организация строительства. Управление качеством в вопросах и ответах. — Ростов Н/Д.: Феникс, 2007. — 400 с.
10. Бердникова, Т. Б. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия. — М.: ИНФРА-М, 2007.
11. Бобков, К. И., Сапожников В. Н. Научные проблемы экономики строительства. Учебное пособие. — М.: Издательство Ассоциации строит. вузов, 2006. — 224 с.
12. Болоткин, С. А. Организация строительного производства: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / С. А. Болоткин, А. Н. Вихров. — М.: Издательский центр «Академия», 2007. — 208 с.

Роль естественных монополий в экономике России

Кравчук Дмитрий Игоревич, магистрант;

Кравчук Владислав Игоревич, студент

Уфимский государственный авиационный технический университет (г. Уфа)

В статье рассматриваются естественные монополии, рассматриваются причины возникновения монополий, проблемы от заморозки тарифов естественных монополий.

Ключевые слова: монополия, естественная монополия, регулирование, заморозка тарифов, власть.

Монополии обладают огромным влиянием на благосостояние экономики страны, они могут как положительно, так и пагубно влиять на нее. Поэтому их исследование, а именно изучение этих факторов имеет огромное значение особенно в Российской Федерации, где законодательная база, регулирующая влияние монополий далеко не идеальна. Исходя из всего вышеперечисленного, тема естественных монополий является актуальной.

В современном понимании монополия — это крупное предприятие, контролирующее производство и сбыт одного или нескольких видов продукции. При такой структуре на рынке отсутствует конкуренция и функционирует только одна фирма, потому что она изготавливает уникальный продукт и, соответственно, защищена от входа на рынок других фирм.

Причинами возникновения монополий являются следующие факторы:

1. Возможность получать большую прибыль в связи с тем, что покупатель лишен выбора;
2. Концентрация капитала и производства;
3. Отсутствие конкуренции;
4. Централизация капитала — «поглощение» нескольких малых предприятий;
5. Дает возможность вести крупную внешнюю экономическую политику.

Существует несколько видов монополий [1]:

1. Естественная монополия — состояние товарного рынка, при котором удовлетворение спроса на этом рынке эффективнее в отсутствие конкуренции в силу технологических особенностей производства, а товары, производимые субъектами естественной монополии, не могут быть заменены в потреблении другими товарами, в связи с чем спрос на данном товарном рынке на товары, производимые субъектами естественных монополий, в меньшей степени зависит от изменения цены на этот товар, чем спрос на другие виды товаров;

2. Государственная монополия — монополия, созданная законодательно, то есть существуют законы, определяющие границы рынка этой монополии, регулирующие его деятельность и т.д.;

3. Открытая монополия — та ситуация на рынке, когда появилась новая технология, но еще не все ее освоили.

Подробнее рассмотрим естественную монополию. Итак, выяснили, что естественные монополии обладают

высокой отдачей при низких затратах на производство, а технологии производства и продукт, изготавливаемый этой монополией не имеют альтернативы. При таких условиях существование конкуренции на рынке не целесообразно, так как спрос уже удовлетворен той продукцией, которую предоставляет фирма-монополист, и при этом естественная монополия получает колоссальную экономию и прибыль.

Естественные монополии выполняют важнейшие функции в Российской экономике. От их состояния зависит место России на мировом рынке энергоресурсов и конкурентоспособность ее продукции. Отсюда следует, что существуют определяющие особенности функционирования и реформирования этих монополий.

К отраслям естественной монополии во многих странах относят большинство видов деятельности, продукция которых является «предметом общественного пользования», — коммуникации, линии электропередач, нефте- и газопроводы, железнодорожный транспорт, кабельное телевидение, системы связи, водоснабжение и канализация и др.

Еще одной особенностью естественных монополий является существование очень высоких входных барьеров в отрасль. Наличие единственного производителя, у которого эффект от масштаба производства слишком велик, определяет тот размер капитала, который нужен для вхождения в отрасль. Общество чаще всего просто не может выдержать второго такого производителя (значительны постоянные затраты).

Существует Федеральный закон от 17.08.1995 № 147-ФЗ «О естественных монополиях» [2], к монополиям относятся следующие сферы хозяйствования: транспортировка нефти, нефтепродуктов и газа по трубопроводам; услуги по передаче электрической и тепловой энергии; железнодорожные перевозки; услуги транспортных терминалов, портов, аэропортов; услуги общедоступной электрической и почтовой связи; услуги по оперативному — диспетчерскому управлению в электроэнергетике; услуги по передаче тепловой энергии; услуги по использованию инфраструктуры внутренних водных путей. Итак, наиболее крупными предприятиями в России, содержащими естественно — монопольные виды деятельности, являются федеральные компании: ОАО «Федеральная сетевая компания Единой энергетической системы» (ОАО «ФСК ЕЭС»), ОАО «Газпром»,

ОАО «Российские железные дороги», ОАО «Акционерная компания по транспорту нефти «Транснефть».

Регулированию подлежат предприятия, в которых:

- 1) большую часть их бизнеса составляют услуги, рассчитанные на широкий круг потребителей;
- 2) финансирование происходит с использованием огромных сумм денег;
- 3) развитие бизнеса влияет на улучшение общественного благосостояния и развития промышленности на конкретной территории.

Рассмотрим теперь баланс «плюсов» и «минусов» в связи с существованием сфер деятельности, где количество эффективных предприятий равно единице (отрасль естественной монополии).

«Плюсы»:

- 1) возможность максимально использовать эффект от масштаба производства, что приводит к снижению издержек на производство единицы продукции,
- 2) возможность мобилизации значительных финансовых ресурсов для поддержания средств производства на должном уровне,
- 3) возможность использования достижений научно-технического прогресса,
- 4) возможность следования единым стандартам на производимую продукцию и предоставляемые услуги,
- 5) возможность замены рыночного механизма, т.е. рыночной экономической организации, внутрифирменной иерархией и системой контрактных отношений, что позволит сократить потери, связанные с риском и неопределенностью.

«Минусы»:

- 1) возможность определять уровень продажной цены, создавать искушение переложить издержки в значительной мере на конечного потребителя, который не в состоянии оказывать обратного влияния на производителя,
- 2) возможность блокировать технический прогресс,
- 3) возможность «экономить» за счет снижения качества производимой продукции и предоставляемых услуг,
- 4) возможность принимать форму административного диктата, подменяющего экономический механизм.

Видно, что у естественной монополии достоинства становятся недостатками и наоборот. Эта форма экономической организации глубоко противоречива. Мы не можем однозначно определить, что перевешивает — «плюсы» или «минусы».

Однако общество не может жить в условиях такой неопределенности, зависимости от естественных монополистов. Рыночная форма экономической организации не в состоянии преодолеть или даже ослабить действия негативных факторов естественной монополии. Рыночный механизм распределения ресурсов в данном случае не работает.

Разрешить существующие противоречия общество может только одним способом — регулированием естественной монополии.

Методы государственного регулирования естественных монополий:

1. Ценовое регулирование.

— Метод предельных издержек (государство контролирует, чтобы цена установленная монополистом равнялась предельным издержкам);

— Метод средних издержек (цена должна быть равна средним издержкам).

— Метод установления потолка цен (определяются потребители, подлежащие обязательному обслуживанию, и устанавливается минимальный уровень их обеспечения в случае невозможности удовлетворения в полном объеме потребностей в товаре, производимом субъектом естественной монополии).

— Субсидирование естественных монополий (метод ценовой дискриминации, когда одни потребители получают продукты по более низким ценам за счёт других, которые платят больше).

2. Неценовое регулирование.

— Предварительный контроль (обязательное представление ходатайства о согласии на совершение каких-либо сделок, также представление другой необходимой информации в соответствующие органы).

— Последующий контроль (обязательное оповещение органа регулирования естественной монополии о действиях, совершаемых над субъектом монополии).

Далее раскрывается важный вопрос — заморозка тарифов естественных монополий, но она не коснется населения, а распространится только на промышленные предприятия.

Решение о заморозке тарифов естественных монополий правительство приняло осенью 2013 года. Тарифы на услуги естественных монополий для промышленных потребителей в этом году повышены не будут, в следующие два года тарифы на газ, электричество и грузовые железнодорожные перевозки будут индексированы на уровень инфляции предыдущего года.

Однако позитивный эффект от этой меры может быть не так значителен. Крупнейшие монополии заявили о том, что из-за заморозки тарифов они будут вынуждены снижать свои инвестиционные программы. Между тем именно инвестпрограммы являются одним из главных источников спроса в целом ряде производственных отраслей, в частности строительстве, металлургии и машиностроении.

По оценкам «Газпрома», в результате заморозки внутренних цен на газ за три года компания может потерять 510 млрд. руб. выручки, снизить инвестпрограмму на 407 млрд. руб. [3]. Бюджет не получит около 100 млрд. руб. налогов от смежных отраслей, возникнет угроза потери почти 300 тыс. рабочих мест. Глава компании Олег Бударгин заявлял о том, что компания в условиях грядущего недополучения доходов будет вынуждена пойти на сокращение персонала (речь идет об управленческом аппарате). Также речь идет об отказе от индексации заработных плат (зарплаты будут повышать только производственников) [3].

Между тем сейчас именно естественные монополии остаются главным генератором инвестиций. Поэтому намерения властей помочь с помощью заморозки тарифов

бизнесу могут обернуться прямо противоположным результатом. Такая ситуация может привести к еще большему сворачиванию деловой активности в результате падения инвестиций в основной капитал со стороны естественных монополий, а потом к скачкообразному росту цен и тарифов, когда начнется разморозка.

Из всего перечисленного можно сделать вывод, что монополия представляет собой такую отрасль, где вся ин-

формация сосредоточена «в руках» единственной фирмы производителя, продукция которой уникальна, а барьеры стоящие на пути проникновения являются непреодолимыми.

Российские естественные монополии имеют большое значение для национальной экономики, которая без таких предприятий обречена на пассивную роль в общемировых экономических отношениях.

Литература:

1. Кузнецов, Б. Т. // Макроэкономика: учебное пособие — Москва: Юнити-Дана, 2012 г.
2. Федеральный закон от 17 августа 1995 г. N 147-ФЗ «О естественных монополиях»
3. Инвестиционная заморозка. Ссылка на сайт <http://www.gazeta.ru/business/2014/01/13/5846813.shtml>

Проблемы и пути решения управления дебиторской задолженностью на предприятии

Кравчук Дмитрий Игоревич, магистрант;

Кравчук Владислав Игоревич, студент

Уфимский государственный авиационный технический университет (г. Уфа)

В статье рассматриваются основные проблемы управления дебиторской задолженностью на предприятии и пути их решения.

Ключевые слова: дебиторская задолженность, управление, дебитор, кредит, риск.

В современных экономических условиях проблема управления дебиторской задолженностью для большинства предприятий, функционирующих на территории Российской Федерации, по-прежнему остаётся актуальной. Справедливость этого утверждения подкрепляется тем, что в структуре оборотных активов хозяйствующих субъектов более 50% приходится на дебиторскую задолженность.

Несвоевременная оплата дебиторами своих обязательств, приводит к дефициту денежных средств, увеличивает потребность организации в оборотных активах для финансирования текущей деятельности, ухудшает финансовое состояние. Это, в свою очередь, приводит к необходимости изменения расчетных отношений между организацией и покупателями, выработке рациональной политики предоставления кредитов и инкассации задолженностей.

Состояние дебиторской задолженности, ее размер и качество оказывают существенное влияние на финансовое состояние организации. По российским источникам, дебиторская задолженность в среднем составляет около 33% всех активов организаций. Уровень дебиторской задолженности определяется многими факторами: видом продукции и степенью насыщенности ею рынка, емкостью рынка, договорными условиями и принятой системой расчетов на конкретном предприятии, платежеспособностью и аккуратностью дебиторов.

Формирование политики управления дебиторской задолженностью предприятия должно осуществляться по следующим основным этапам:

- анализ дебиторской задолженности в предшествующем периоде;
- формирование принципов кредитной политики по отношению к покупателям продукции;
- определение возможной суммы финансовых средств, инвестируемых в дебиторскую задолженность по кредиту;
- формирование системы кредитных условий;
- формирование стандартов оценки покупателей и дифференциация предоставления кредитов;
- формирование процедуры инкассации дебиторской задолженности;
- обеспечение использования на предприятии современных форм рефинансирования дебиторской задолженности.

Дебиторская задолженность делится на две группы:

- дебиторская задолженность за товары (работы и услуги), срок оплаты которых не наступил. При приближении срока оплаты необходимо напомнить об этом заказчику;
- дебиторская задолженность за товары (работы и услуги), не оплаченные в срок, предусмотренный контрактом. Она, в свою очередь, подразделяется на следующие группы:

- ожидаемая в согласованные с заказчиком сроки;
- труднореализуемая;
- сомнительная;
- безнадежная.

Способы управления каждой из этих групп совершенно разные. Поскольку речь идет о задолженности заказчиков, то принципиальное значение имеет их деление на постоянные и разовые (прочие). Задержка платежей постоянными заказчиками может носить случайный характер, и в данном случае меры по инкассации задолженности могут ограничиться напоминанием о ней контрагенту. Применительно к остальной задолженности возможна система мер. В отношении задолженности, признаваемой должниками, не имеющими возможности ее погасить вследствие финансовых проблем, необходим поиск взаимоприемлемых решений. Чаще всего применяется отсрочка или рассрочка платежей. Являясь средством привлечения покупателей, отсрочка или рассрочка платежей за поставленную продукцию должна быть экономически эффективной, т.е. потери, вызванные отвлечением собственных средств из оборота, должны перекрываться выгодой от увеличения объема продаж. Если само предприятие для финансового обеспечения своей текущей деятельности, приобретения сырья и материалов пользуется краткосрочными ссудами банка, то понятно, что, пользуясь кредитами банка в среднем 40 дней, нецелесообразно предоставлять покупателям отсрочку платежа в среднем на 60 дней. Средний период предоставления кредита покупателям должен быть меньше среднего периода, на который предприятие получает кредит в банке. Большое значение имеет отраслевая специфика: предприятия легкой и пищевой промышленности могут и не предоставлять покупателям отсрочки платежа, а в машиностроении без них практически не обойтись.

При формировании системы кредитных условий, предприятие должно определиться по следующим вопросам:

— срок предоставления кредита — чаще всего применяются стандартизированные по условиям оплаты, в том числе и по продолжительности кредитования, договоры. Тем не менее, возможны и отклонения от данной политики; определяя договором максимально допустимый срок оплаты поставленной продукции, следует принимать во внимание как правовые аспекты заключения договоров поставки, так и экономические последствия того или иного варианта (в частности, учет влияния инфляции);

— стандарты кредитоспособности — заключая договор на поставку продукции и определяя в нем условия оплаты, предприятие может придерживаться установленных им критериев финансовой устойчивости в отношении покупателей. В зависимости от того, насколько кредитоспособен и надежен покупатель, условия договора, в том числе в отношении предоставляемой скидки, размера партии продукции, форм оплаты и другие, могут меняться;

— система создания резервов по сомнительным долгам — при заключении договоров предприятие, естественно, рассчитывает на своевременное поступление

платежей, однако, не исключены варианты появления просроченной дебиторской задолженности и полной неспособности покупателя, рассчитаться по своим обязательствам. Поэтому существует практика создания резервов по сомнительным долгам, позволяющая, во-первых, формировать источники для покрытия убытков и, во-вторых, иметь более реальную характеристику собственного финансового состояния;

— система сбора платежей — этот раздел работы с дебитором предполагает разработку: процедуры взаимодействия с ними в случае нарушения условий оплаты и критериальных значений показателей, а также свидетельствующих о существенности нарушений, и системы наказания недобросовестных контрагентов;

— система предоставляемых скидок — в предыдущем пункте делался акцент на репрессивные методы работы с недобросовестными дебиторами; гораздо больший эффект имеют методы поощрения, к которым в данном случае относятся предоставление покупателям опциона на получение скидки с отпускной цены.

— Основными показателями при анализе задолженности являются:

- показатели динамики и структуры задолженности;
- сроки возникновения задолженности;
- возраст задолженности;
- показатели движения задолженности;
- коэффициент инкассации;
- коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности;
- период погашения дебиторской задолженности;
- коэффициент погашаемости дебиторской задолженности;
- доля сомнительной задолженности (со сроком погашения более 12 месяцев) в общем объеме дебиторской задолженности;
- доля задолженности в общем объеме активов или пассивов;
- коэффициент соотношения между дебиторской и кредиторской задолженностью за расчетный период.

Заключительный рекомендательный этап начинается с обобщения и оформления результатов анализа задолженности.

Предоставление скидок стимулирует не только увеличение продаж, но и сокращение сроков отвлечения денежных средств в расчетах с покупателями. Ценовая мотивация сейчас является общепринятой практикой. Эффективная ее реализация поставщиком позволяет ему сократить товарные запасы на складах и существенно уменьшить дебиторскую задолженность.

Основными формами, обеспечивающими использование на предприятии современных форм рефинансирования дебиторской задолженности, используемыми в настоящее время, являются факторинг.

Факторинг — это комплекс услуг для производителей и поставщиков, ведущих торговую деятельность на условиях отсрочки платежа [1].

На некоторых предприятиях использование факторинга является нецелесообразным, т.к. дебиторская задолженность является краткосрочной и ее возврат предполагается в течение 12 месяцев.

Среди проблем управления дебиторской задолженностью можно выделить:

— отсутствие достоверной информации о сроках погашения обязательств компаниями-дебиторами;

— не регламентирована работа с просроченной дебиторской задолженностью;

— отсутствие данных о росте затрат, связанных с увеличением размера дебиторской задолженности и времени ее оборачиваемости;

— не проводится оценка кредитоспособности покупателей и эффективности коммерческого кредитования;

— функции сбора денежных средств, анализа дебиторской задолженности и принятия решения о предоставлении кредита распределены между разными подразделениями. При этом не существует регламентов взаимодействия и, как следствие, отсутствуют ответственные за каждый этап.

Для решения проблем управления дебиторской задолженностью на предприятии можно предложить:

1) для контроля и планирования дебиторской задолженности на предприятии должна быть налажена работа по получению следующей информации:

— данные о выставленных дебиторам счетах, которые не оплачены на настоящий момент;

— время просрочки платежа по каждому из счетов;

Литература:

1. Факторинг. Ссылка на сайт <https://ru.wikipedia.org/wiki/Факторинг>

— размер безнадежной и сомнительной дебиторской задолженности, оцененной на основании установленных внутрифирменных нормативов;

— кредитная история контрагента (средний период просрочки, средняя сумма кредита).

2) автоматизировать процесс управления дебиторской задолженностью. Основная причина, по которой предприятие должно отказаться от ведения учета и контроля дебиторской задолженности в таких программах, как Excel, связана с трудностью оперативного обновления данных и настройки, обязательных для исполнения процедур утверждения.

3) Снизить риск несвоевременного возврата денежных средств и возникновения убытков можно, заключив договор страхования дебиторской задолженности. Страхование дебиторской задолженности предполагает страхование риска убытков от несвоевременного возврата денежных средств покупателем или его банкротства. Безусловно, страхование дебиторской задолженности со временем станет нормой для многих российских компаний. Заключение договора страхования позволит не только провести обоснованную оценку кредитных рисков компании, но и переложить сами риски на страховую компанию.

Таким образом, рекомендуемые выше положения, которые могли бы лечь в основу политики управления дебиторской задолженностью на предприятии, позволят ему избежать убытков, связанных со списанием безнадежной к взысканию дебиторской задолженности, повысить эффективность расчетов с покупателями.

К вопросу научного подхода к построению аутсорсинговой бизнес-модели современной предпринимательской структуры

Курпаяниди Константин Иванович, кандидат экономических наук, доцент, профессор РАЕ
Ферганский политехнический институт (Узбекистан)

To the question of science approach to the construction of outsourcing business model of modern enterprise structure

Kurpayanidi Konstantin, PhD, Docent, Professor of the Russian Academy of Natural Sciences
Fergana Polytechnic Institute, Republic of Uzbekistan

В работе проанализированы различные подходы к определению бизнес-модели развития предпринимательских структур. Автор обосновывает необходимость аутсорсинговой бизнес-модели в качестве действенного инструмента повышения конкурентоспособности бизнеса, интенсификации работы предпринимателей по приобретению, удержанию и развитию конкурентных преимуществ.

Ключевые слова: аутсорсинг, модель, бизнес-модель, микросистема, предпринимательство, инфраструктура, научный анализ.

This paper analyzes the different approaches to the definition of business model development business structures. The author substantiates the need for outsourcing business model as an effective tool to improve business competitiveness, the intensification of business on the acquisition, retention and development of competitive advantages.

Keywords: *outsourcing, model, business model, micro, business, infrastructure, scientific analysis.*

Ввиду обострения на национальном рынке Узбекистана конкурентной борьбы за потребителя и ресурсы, актуализируется проблема создания местными предпринимателями эффективных моделей развития бизнеса.

Многие предприниматели пошли по пути копирования передовых практик, применяемых на развитых рынках. В качестве такой практики описывается аутсорсинг, как инструмент повышения конкурентоспособности предприятия. Не вдаваясь в подробную характеристику процесса аутсорсинга, отметим, что основы его возникновения связаны с глобальными сдвигами, характерными для периода научно-технологических революций. В 60-е годы прошлого века активно разрабатывались компьютерные технологии, включающие качественные преобразования средств связи и содержания труда работников. Предпринимательские структуры нуждались в технико-технологическом преобразовании производственной базы. Не менее важным был вопрос о кадровом обеспечении внедрения данных процессов в производство.

В этой связи аутсорсинг, как привлечение сторонних специалистов, был вызван, с одной стороны, удовлетворением потребности в узкопрофильных специалистах в сфере информационных технологий а, с другой стороны, сами информационные технологии обеспечили технологическую возможность создания и развития института отдаленных работников и обеспечили технико-технологическую сторону аутсорсинга. Смена технологического уклада привела к кардинальным сдвигам в организационно-экономических отношениях на уровне микросистемы — хозяйственной единицы. Появилась возможность сосредоточения всех ресурсов и активов предприятия на развитии тех продуктов, которые обеспечивали конкурентные преимущества на высоко конкурентном рынке. Концентрация сил на ключевых продуктах требовало «освобождения» от самостоятельного выполнения других важных, но по отношению к ключевым, вспомогательных предпринимательских функций.

Процесс аутсорсинга, таким образом, в теории вопроса дает возможность повышения конкурентоспособности бизнеса и интенсифицировать работу предпринимателей по приобретению, удержанию и развитию конкурентных преимуществ.

Однако нами поддерживается точка зрения о том, что «копирование (калькирование) социально-экономических моделей как успешных для конкретных стран является, очевидно, тупиковой ветвью» в развитии отечественных предприятий [5,11]. Закономерно, что практическое применение западных предпринимательских практик, в частности, аутсорсинга, без их научного обобщения отечественными экономистами не может принести ожидаемый эффект.

Научно выверенной является постановка вопроса не о внедрении аутсорсинга, а о построении целостной аутсорсинговой бизнес-модели. По нашему мнению, ключ успеха — именно в научном подходе к вопросу о выборе аутсорсинга, как инструмента повышения конкурентоспособности отечественных предприятий. Известно, что в микросистеме все элементы должны быть органической частью целостности. В этой связи отметим, что у западных ученых и практиков сформировались подходы к построению бизнес-моделей, как отражение целостности всех элементов и их взаимосвязей предприятия.

В западной управленческой теории имеются фундаментальные и прикладные труды по построению бизнес-моделей конкурентоспособных предпринимательских структур. Это, прежде всего, труды таких исследователей, как Р. Амит, А. Вишио, М. Джонсон, К. Кристенсен, Х. Кагерманн, М. Лим, А. Остервальдер, И. Пинье, Б. Пэстернак, Р. Розенблюм, М. фон Розинг, Г. Чезборо, К. Цотт и другие. Положения и выводы их работ выступают теоретико-методическими предпосылками для разработки аутсорсинговой бизнес-модели предпринимательской структуры.

Вместе с тем, в настоящее время не сложился единый подход к определению понятия, состава и структуры бизнес-модели. Если рассматривать определение самого понятия «бизнес-модель», то в целом у исследователей есть понимание того, что бизнес-модель описывает ключевые характеристики бизнеса, отвечает вызовам бизнеса и позволяет предпринимателю сформировать уникальные для данной организации бизнеса конкурентные преимущества. Нами разделяется такое определение: «Под бизнес-моделью понимается совокупность организационных рутин и управленческих технологий, которые объясняют как «спроектирован» бизнес фирмы для удовлетворения запросов ключевых клиентов; как скомбинированы ее факторы (ресурсы), исполняются функции, организованы институты, направляются бизнес-потоки; как определяются целевые рыночные сегменты (ниши); какковы механизмы извлечения экономических выгод и как фирма управляет своей стоимостью» [1]. С этой точки зрения аутсорсинговая бизнес-модель — это модель, которая решает вопрос об обретении конкурентных преимуществ предприятием путем расширения ресурсной базы за счет использования нефинансовых (и, отчасти финансовых — в плане оборачиваемости средств) возможностей фирм, предоставляющих аутсорсинговые услуги на рынке. Поскольку в современной экономике границы рынка расширены до масштабов глобальной экономики, то потенциальные преимущества такой схемы ресурсного обеспечения развития микросистемы очевидны.

Бизнес-моделирование — это чрезвычайно гибкий инструмент построения эффективных моделей бизнеса. В целях построения аутсорсинговой бизнес-модели, нами систематизированы основные подходы к построению бизнес-моделей предпринимательских структур.

Наиболее известным, или «раскрученным» подходом к построению бизнес-моделей выступает компонентный подход. Его активными разработчиками являются экономисты Александр Остервальдер и Ив Пинье, в рамках деятельности по бизнес-консультированию создали основные методологические основы данного подхода. Авторы предлагают оригинальную концепцию анализа, построения и совершенствования бизнес-моделей, которой пользуются крупнейшие компании мира, включая Google, IBM, Ericsson. Этот намеренно упрощенный подход позволяет получить общую стратегическую картину бизнеса, сведя к минимуму обсуждение конкретных тактических шагов. Использование стикеров с короткими формулировками — эффективный и быстрый способ выстроить базовые элементы бизнес-плана в целостную систему. Эта методика помогает представить работу организации как единое целое, а не совокупность обособленных функциональных подразделений и производственных операций [4].

Данный подход логически вытекает из подходов к анализу бизнеса Питера Ф. Друкера [3] и его знаменитых вопросов о том, кто является клиентом, для кого создается ценность, как формируется доход от ценности. Однако сами эти вопросы вытекают из функциональной парадигмы экономического знания: «Что, как, где и для кого производить?».

Модель Остервальдера — Пинье раскрывает необходимость определения внутреннего состава бизнес-модели и внешнего окружения предприятия. В качестве компонентов в их известном построении «Canvas». Авторы выделяют девять компонентов, характеризуют конкурентоспособный продукт как центральный элемент, ключевых партнеров, клиентов, ресурсы, рыночные сегменты, каналы доставки продукта на рынок продукт, структуру затрат, поток доходов [7].

Американский исследователь Генри У. Чесборо сосредоточивает свое внимание на необходимости создания инновационного потенциала и инновационной бизнес-модели, включая в ее состав характеристику конкурентов, и, соответственно, конкурентную стратегию [7].

Наряду с моделями А. Остервальдера, И. Пинье и Г. Чесборо была описана модель «7с» компании МакКинзи [2,9,10]. Данная модель, как видно из названия, также имеет компонентную природу, как и другие модели, нацеленные на выделение структурных компонентов предпринимательской бизнес-модели.

Другим известным подходом к построению бизнес-моделей выступает потоковый подход к формированию бизнес-модели предприятия. Выделяются поток входа, внутренние потоки, потоки выхода. Это по сути киберне-

тический подход, но он позволяет рассмотреть динамику внутренних процессов на предприятии.

Необходимо выделить и функциональный подход к анализу бизнес-модели современного предприятия. Применительно к построению аутсорсинговой бизнес-модели важным представляется бизнес-модель Ю.Б. Рубина «стратегическое ядро-периферийные функции» [6]. В данном подходе есть указание на два вида предпринимательских функций: во-первых, составляющих «стратегическое ядро», т.е. ключевой продукт, и, во-вторых, его окружение, обеспечивающее функционирование предприятия. Это, по нашему мнению, неосновной, но *инфраструктурный* продукт — его создание передается сторонним организациям.

Факторный подход к построению бизнес-модели перспективен. Он перекликается с компонентным, но акцентирует внимание на факторах пользы, стоимости и прибыли. Здесь просматривается характеристика товара (ценности) как в стоимостном, так и в натуральном выражении.

Из анализа литературы можно сделать вывод о возможности ресурсного подхода, как построение модели новаций, модели уникальных ресурсов, технологического превосходства и других [3, 7, 11, 12, 13, 14].

Распространен и управленческий подход, который позволяет построить модели стратегического менеджмента, корпоративных стратегий, матричную модель и другие. Заслуживает особого внимания результат поиска своего подхода, который ведут представители транснационального бизнеса. В маркетинговых целях или применяется подход, который можно назвать «конкуренцией девизов». Девизы фиксируют ключевую составляющую бизнес-моделей современных ТНК. Например, как результат реализации ценностного подхода в бизнес-моделировании можно охарактеризовать модель корпорации Роллс-Ройс — Trusted to deliver excellence (Доверяй нашему превосходству) [15].

Для высоко конкурентных рынков наиболее продуктивен комплексный подход к построению бизнес-модели. Несмотря на различия, в проанализированных бизнес-моделях можно выделить общие элементы безотносительно к видам бизнес-моделей и их внутривидовым вариантам: компоненты, потоки, функции, факторы, институты, структуры.

По-нашему мнению, необходимо применение многоуровневого подхода к разработке аутсорсинговой бизнес-модели с выделением аналитических уровней:

— концептуального уровня, на котором принимается стратегическое решение о выборе ключевых элементов бизнес-модели, вокруг которых выстраивается модель конкурентоспособной предпринимательской структуры, определяется роль и место других элементов в обретении уникальных, свойственных только данной организации конкурентных преимуществ;

— операционного уровня, на котором конкретизируются специфические черты (варианты) бизнес-модели

для целей операционной деятельности предпринимательской структуры.

Таким образом, построение современной аутсорсинговой модели должно опираться на научный анализ нако-

пленных знаний в области бизнес-моделирования и выбор наиболее эффективных схем повышения конкурентоспособности в национальной экономике Узбекистана и глобальном рынке.

Литература:

1. Денисов, С. Б., Корешков О.В., Платонова Е.Д., Федотова О.Д. Менеджер в системе специализированного менеджмента: кто он и как его подготовить? // Современные исследования социальных проблем. 2012. № 10.
2. Дирлав, Д. Избранные концепции бизнеса. Теории, которые изменили мир // М.: ЗАО «Олимп-Бизнес.— 2007.
3. Друкер, П. Ф. Бизнес и инновации. — М. и др.: Вильямс, 2007.
4. Остервальдер, А., Пинье И. Построение бизнес-моделей // Настольная книга стратега и инноватора. М.: Альпина Паблишер. — 2012.
5. Платонова, Е. Д. Современная теория и практика накопления (трансформационный аспект) / Под ред. д. э. н., проф // ЕВ Юферевой. М.: Изд-во АПК и ППРО. — 2006.
6. Рубин, Ю. Б., Фатхутдинов Р. А. Будущее конкуренции и конкурентоспособности // Вопросы новой экономики. — 2008. — № . 3–4.
7. Чесборо, Г. Открытая инновация: новые установки по созданию и коммерциализации технологии // Бостон, Изд-во Гарвардской бизнес-школы. — 2003.
8. Френц, М., Ламберт Р. Открытые и закрытые инновации: сравнительный анализ национальных практик // Journal of Institutional Studies (Журнал институциональных исследований). — 2012. — Т. 4. — № . 4. — с. 144–151.
9. Фунтов, В. Н., Фунтов В. Н. Управление проектами развития фирмы: теория и практика. — Издательский дом «Питер», 2013.
10. Andersen, B., Konzelmann S. In Search of a Useful Theory of the Productive Potential of Intellectual Property Rights / Research Policy, 2008, № 37, p. 12–28.
11. Kurpayanidi, K. Innovative components of national competitiveness of country/ Theoretical and practical issues of ensuring the economic interests of the modern innovative society. B&M Publishing San Francisco, California, USA, 2013.
12. Kurpayanidi, K. Conceptual issues of state support for private enterprise in crisis / Nauka i studia. Przemysł, Poland, 2011. — № 11. Pp.31–35.
13. Shelekhov, N. Intelligent products as a profitable asset. Enterprise new approach to innovation // Экономические науки. — 2010. — Т. 70. — № . 9. — с. 116–119.
14. URL: <http://www.businessmodelgeneration.com/canvas>
15. URL: <http://www.rolls-royce.com/reports/2011/business/our-bus-model.html>

Некоторые теоретические аспекты маркетинга территорий

Маркова Ирина Дмитриевна, магистрант

Белгородский государственный национальный исследовательский университет

В статье рассматриваются основные теоретические аспекты маркетинга территорий: его объект и субъект, целевая аудитория, виды и стратегии маркетинга территорий.

Ключевые слова: *маркетинг территорий, объект маркетинга территорий, субъекты маркетинга территорий, виды маркетинга территорий, стратегии маркетинга территорий.*

Объектом маркетинговой деятельности являются, прежде всего, товары и услуги. В более широком понимании к товарам относятся также впечатления, места (территории), организации, личности, информация и идеи [1]. Часто весь этот спектр объектов маркетинга объединяется понятием «продукт» (перевод с англ. «product»).

Территорию как объект маркетинга нельзя отнести ни к товарам, ни к услугам. В отличие от товаров, территории не могут свободно участвовать в обмене (поскольку чаще всего находятся в собственности государства). Немаловажно и то, что территория обычно занимает настолько большую площадь, что не может находиться в частной

собственности. Именно публичная собственность на территорию делает актуальными усилия по ее продвижению для широкой категории лиц. Каждая территория уникальна, имеет свое наименование и границы — географические, исторические, юридические, позволяющие выделить ее среди прочих территорий.

Однако территории наряду с товарами и услугами участвуют в удовлетворении общественных потребностей. Более того, являясь совокупностью товаров и услуг, территории также включают в себя людей, ресурсы, объекты инфраструктуры и достопримечательности, государственные и общественные органы. Территория в этом смысле выступает уже не только как географический объект, но как совокупность людей, чьим интересам отвечает проведение маркетинга.

Маркетинг территорий — это комплекс действий местного сообщества (населения, органов власти, представителей бизнеса), направленных на выявление и продвижение своих интересов для выполнения конкретных задач социально-экономического развития территории [1].

Но маркетинг территорий не ограничивается выработкой стратегии и конкретного комплекса действий. Это философия, требующая ориентации всей системы власти и менеджмента на потребности целевых групп потребителей товаров и услуг территории. Более того, при грамотной методике проведения маркетинг территорий становится идеологией, которая видоизменяет все сферы городской жизнедеятельности и заставляет их работать на выполнение поставленных задач.

Маркетинг территории предполагает ее комплексное улучшение, основанное на трех основных ее предназначениях: как место жительства, место отдыха и место ведения бизнеса (инвестирования, производства, добычи и переработки). Маркетинг территорий позволяет повысить притягательность территории в целом, а также привлекательность сосредоточенных на ней ресурсов (природных, материально-технических, трудовых, финансовых, организационных, социальных и др.), повысить доходность местного бюджета, улучшить инвестиционный климат и реализовать потенциал территории.

Традиционно наиболее активными участниками маркетинговых отношений выступают производители продуктов, однако в маркетинге территорий нет производителей территориального продукта, или, точнее, их слишком много и все они преследуют различные цели.

Субъектами, активно осуществляющими продвижение и, условно говоря, «продавцами территорий», выступают местные и государственные органы власти и управления, общественные организации, торгово-промышленные палаты, центры бизнеса и международной торговли, выставочные центры, ярмарки, местные экономические агентства развития, туристические операторы и агентства, торговые дома, спортивные комитеты и федерации, средства массовой информации, учреждения профессионального образования и любые другие структуры, локализованные на территории и проявляющие активность

с целью привлечения внимания к ней возможных потребителей (заказчиков продукции) и удержания уже присутствующих. Таким образом, территория в целом как совокупность людей, органов власти и объектов инфраструктуры является производителем территориального продукта, ориентированным на потребителей, развитие их спроса и потенциала территории.

Целевые группы (рынки), «потребители территорий» могут быть классифицированы по различным признакам. Например, по критерию постоянного проживания или нахождения выделяются резиденты и нерезиденты; по критерию юридического статуса — физические и юридические лица. В нашей работе наибольший интерес представляет самая многочисленная и переменчивая группа нерезидентов — туристы, а также приезжие предприниматели и потенциальные инвесторы.

Реальные и потенциальные потребители территории заинтересованы в эффективном использовании ее конкурентных преимуществ — для жизни, ведения бизнеса, для краткосрочного пребывания. Например, их могут интересовать объем рынка и величина платежеспособного спроса, развитость инфраструктуры, культурный и оздоровительный потенциал территории, комфорт, богатые сырьевые ресурсы и различные характеристики рабочей силы.

Необходимо иметь в виду, что иногда потребители территории могут становиться субъектами, заинтересованными или не заинтересованными в ее продвижении. Мотивы субъектов-потребителей территории различаются в зависимости от того, где они находятся: за ее пределами или на ней. Внешних субъектов волнует благополучие региона потому, что они хотят вывезти часть этого благополучия (физических и интеллектуальных ресурсов, продуктов труда дешевой рабочей силы, возможностей реализации финансовых средств) за пределы данной территории, преобразовав ее благополучие в благополучие личное или иной территории [4]. Внутренние субъекты связывают свое личное благополучие с благополучием своего родного региона, своей «родины».

В качестве показателя эффективности маркетинга территорий выступает ее привлекательность, которая оценивается, например, как отношение темпов роста валового продукта на данной территории, к темпам его роста в целом, допустим, в стране, в которую входит регион в качестве территориальной, инфраструктурной, политической единицы.

Если рассматривать территорию как любое место, которое имеет свое наименование, отличительные особенности и границы (географические, исторические, юридические), то, в зависимости от иерархии объектов, маркетинг территорий можно разделить на различные виды: маркетинг страны, региона, города и других локальных мест и туристических объектов.

Маркетинг страны ориентирован на улучшение или поддержание ее имиджа, конкурентоспособности, притягательности для жителей, бизнесменов, некоммерческих

организаций других стран, населения, престижа в международных организациях. Основными аргументами является повышение уровня жизни и благополучия граждан и фирм, создание платежеспособного внутреннего спроса, активная государственная политика, направленная на сохранение этих изменений при сохранении открытости экономики страны, в том числе для международной конкуренции.

Маркетинг региона на своем уровне решает те же задачи и использует те же средства. Региональные товары являются одним из важнейших инструментов, так как, с одной стороны, приносят доход территории, с другой — продвигают регион на внешних по отношению к нему рынках. Некоторые регионы целенаправленно формируют региональные бренды продуктов, вызывающие ассоциации с определенной территорией.

Маркетинг городов нацелен на продвижение городских продуктов и услуг в интересах внутренних и внешних субъектов. Маркетинговая деятельность должна быть основана на формировании эффективной системы отношений между городскими властями, их партнерами и целевыми группами. Специфическими особенностями маркетинга городов являются: большая плотность населения, высокая стоимость жизни и земли, концентрация деловой и транспортной инфраструктуры, размещение местных и вышестоящих органов власти, напряженность экологии, насыщенность информационной и образовательной среды, концентрированная обеспеченность современными городскими удобствами [3].

Маркетинг сельских поселений также направлен на повышение их престижа и узнаваемости, информирование жителей других территорий об имеющихся преимуществах, с той лишь разницей, что особенности сельских поселений прямо противоположны городам: низкая плотность населения и низкое качество инфраструктуры и удобств; уединение и лучшая экологическая ситуация.

Маркетинг курортов и лечебно-оздоровительных центров основан на использовании специфических видов природных ресурсов, специальной медицинской базы, квалифицированного персонала, постоянных научных исследований. Главной целью маркетинга курортов и лечебно-оздоровительных центров является удовлетворение рекреационных потребностей людей за счет применения разнообразных лечебных факторов курортов и лечебно-оздоровительных местностей.

Как особый вид маркетинга территорий выделяют маркетинг достопримечательностей, который способствует продвижению территории как туристического на-

правления. С точки зрения маркетинга достопримечательность — это информационно насыщенные объекты демонстрации, формирующие привлекательный имидж туристской территории и являющиеся основой для развития туристской деятельности.

Традиционно выделяются четыре больших группы стратегий маркетинга территорий, нацеленных на привлечение посетителей и резидентов, развитие промышленности или экспорта региональных продуктов. Это стратегии условно могут быть названы следующим образом: маркетинг имиджа, маркетинг притягательности, маркетинг инфраструктуры и маркетинг населения, персонала [4].

Основной целью маркетинга имиджа является создание, развитие и обеспечение общественного признания положительного образа территории, формирование ее репутации. При этом маркетинг имиджа является самой низкочеловеческой стратегией, поскольку не требует радикальных изменений инфраструктуры.

Маркетинг привлекательности требует более значительных вложений, так как происходит путем благоустройства территории, создания пешеходных, музейных, исторических, торговых зон, развития архитектуры, культуры, спорта.

Маркетинг инфраструктуры направлен на обеспечение эффективного развития и функционирования территории. В первую очередь, территория должна быть удобной для жизни, что требует развития жилых зон, промышленных районов, бесперебойной работы коммунальных служб, охраны правопорядка.

Настроение жителей является важной характеристикой территории как продукта. Задачами маркетинга населения и персонала является формирование местного патриотизма, создание и поддержание доброжелательной мотивации внутри региона по отношению к приезжим, их привлечению в регион.

В заключении отметим, что вектор развития территории определяется степенью ее привлекательности для проживания и ведения деятельности человека. Целенаправленное воздействие на экономические условия ведения деятельности влечет за собой приток человеческих, финансовых, интеллектуальных и других ресурсов, повышение концентрации технологии и капитала в экономике территории, повышение производительности труда. Перечисленное как раз и составляет ядро основных активных компонентов развития территории. Более привлекательная территория может предложить своим жителям более высокое качество общественных благ, вне зависимости от личного уровня доходов отдельного жителя.

Литература:

1. Визгалов, Д. В. Маркетинг города [Текст] / Д. В. Визгалов. — М.: Институт экономики города, 2008. — 110 с.
2. Котлер, Ф. Основы маркетинга [Текст] / Филип Котлер; пер. с англ. В. Б. Боброва. — М.: Прогресс, 1991. — 945 с.
3. Маркетинг города, муниципального образования [Электронный ресурс] // Некоммерческое партнерство «Гильдия маркетологов России»: [сайт] — Режим доступа: <http://www.marketologi.ru/publikatsii/statii/marketing-goroda-munitsipalnogo-obrazovaniya/>.
4. Панкрусин, А. П. Маркетинг территории [Текст] / А. П. Панкрусин. — СПб.: Питер, 2006. — 416 с.

Russian — Chinese innovation cooperation

Маркушенов Кирилл Александрович, аспирант
Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова (г. Москва)

Kirill Markushenok, PhD student
Plekhanov Russian University of Economics, Moscow

The innovative scenario of development of Russia is defined by the Russian Government as a key priority. Now, innovative development reached the new level due to the recent events — the American and European sanctions in a consequence of economic and political crisis in Ukraine. The government works under constantly growing pressure now that as a result can be shown in the accelerated economic modernization and acceleration of innovative development of the country. In this regard, this article shows possibilities of innovative cooperation with the most perspective at the current moment partner in BRICS — China.

Keywords: *innovations; innovative partnership; innovative activity; investments; economic growth; BRICS.*

The current worsening of the relations between Russia and the West will probably negatively influence the future economic development of Russia and growth of its innovative economy.

In this connection, cooperation with China can act as the valid alternative for Russia. «The share of high-tech production in structure of the Russian export of industrial goods in 2012 was 8,4%, and the similar indicator of the People's Republic of China makes 26,3%. Besides, the People's Republic of China is included into the list of 30 countries of the world according to the level of innovative activity and it is the leader in this sphere among BRICS countries» [5].

China turned into a new pole of innovations and, now, it is on the second place after the USA on expenses on R&D. According to the report of the consulting company Zinnov for 2013, China is also the leader in number of the companies which placed the research centers in this country: out of 500 largest companies from the Fortune Global 500, 385 have the research centers in China [1].

Those two countries show mutual interest in cooperation development, growth of investments and implementation of joint projects. Russia is interested in that the Chinese business invested outside the Russian power branch more actively (which holds leadership in the volume of investments from China so far). And laws of the People's Republic of China stimulate investments into the hi-tech Russian companies. Now Russia and China have joint projects in 40 directions, the total amount of investments into them exceeds 20 billion dollars. Mutual interest is represented by cooperation on GLONASS systems and «Beidou», space projects.

Therefore it is quite logical that the relations between China and Russia have harmonious character. Researchers believe that China is mostly concerned with the possibility of collision of interests with the USA in the Pacific Rim, and also with the western intervention in internal problems of Taiwan, Tibet and Hong Kong. At the same time Russia perceives instability in Ukraine through a prism of interests and extent of participation of the European Union and the USA in the region. Thus, following logic of this approach, cooperation of

Russia and China will proceed until there are no serious disagreements infringing the national interests of the countries or before elimination of key problems with other states.

Taking into account all political difficulties between Russia and the West, now it is the perfect time to start the Russian-Chinese relations. But why is this innovative cooperation between Russia and China so important?

There are, at least, two main reasons why innovative cooperation is a natural strategic choice for Russia and China.

Firstly, both countries consider innovations as the solution to solve the problems of economic development. For Russia innovations are the necessary tool and with their help it will be able to get rid or at least to reduce dependence on export of natural resources. For China innovations will help to modernize its export structure and to move from simple low-quality not expensive production to export of high technologies.

According to the Global Innovation Index (GII) 2014, a study coproduced by Cornell University, INSEAD, and the World Intellectual Property Organization (WIPO), Russia ranks 49th among 143 countries. The authors of the report note that Russia's key strengths are in education (with special mention of the number of Russian graduates in science and engineering) and knowledge creation (which is based on the number of domestic resident trademark applications and domestic resident utility model applications).

Russia remains relatively strong in basic research (0.17 percent of GDP spent on basic research in Russia in 2012 compared to 0.1 percent in China, according to the OECD), although a problem in Russia is a lack of applied demand for basic research outputs. As Russian basic science is suffering from a lack of domestic demand and does not generate enough money, Russian research faces constant financial stress and, as a result, increasingly relies on government support.

Secondly, Russia and China are obliged to cooperate with each other more as their opportunities for transfer of technology from the West are limited. The relations of these two countries are also complicated by absence of trust and sanc-

tions from the West. China passed this stage in 1989 during events on Tiananmen Square (embargo on delivery of the weapon from the USA and the EU still is in force); Russia has just entered this stage with the Ukrainian crisis.

Innovative cooperation of Russia and China actually is not so new: for many years Russia was one of the main innovative sources for China, the leading supplier of the modern equipment and technologies. China, for example, is dependent on the Russian engines for the military aircraft [10]. Russia also plays an important role in sector of nuclear power industry of China: JSC Atomstroyexport is a general contractor and the supplier of the equipment for the Tianwan NPP [2].

In this regard, Russia is interested in more and more deep cooperation with China in spheres which concern not only purchases or sales of high, innovative technologies, but also joint research activity. First of all, it is economically profitable: the Russian research sector suffers from shortage of investments. Also, this step is politically favorable: the Russian-Chinese relations received the status of «comprehensive strategic partnership» in 2011. In spite of the fact that China has a number of partnerships with other countries, only with Russia it is «comprehensive» [4].

2014 was marked by several events in the Russian-Chinese innovative partnership which even more strengthened the role of China in it.

During Vladimir Putin's visit to China in May 2014, there was signed the memorandum of understanding on cooperation in a construction of floating nuclear thermal power plants of low power (FNTPP MM) between Rosatom State Corporation and China Atomic Energy Authority [3].

Also in May, 2014 JSC Gazprom and the Chinese CNPC signed the agreement on export of the Russian gas on the total price of 400 billion dollars under which the Russian company will deliver within 30 years to China annually about 38 billion cubic meters of gas.

The agreement provides that the gas exported to China will be extracted on the new fields located in Eastern Siberia — Kovykta and Chayandinsky in which creation, and also in construction of the gas pipeline large-scale investments will be carried out: the Russian side invests 55 billion dollars, and Chinese — not less than 20 billion dollars [8].

Lomonosov Moscow State University signed the agreement with the Beijing polytechnical institute on opening in the city of Shenzhen international university on the basis of MSU [9].

The Chinese electronic giant Huawei is an example of one more successful company operating in the Russian market. There was signed an agreement between Huawei and JSC RZD on scientific and technological cooperation which provides development and modernization of wireless communication networks of the GSM-R standard, a broadband radio communication of the LTE standard for needs of the Russian Railway [7]. Also the agreement with the «Megafon» company on purchase of the equipment Huawei for the sum of 500 million dollars was signed [6].

In general, the structure of innovative cooperation of Russia and China looks as follows: China imports technologies with a high scientific component from Russia. Many of these technologies are military and dual-use technologies. At the same time Russia imports civil technologies from China, such as electronics and the high-speed railroads which are cheaper and more available than their western or Japanese and Korean analogs.

Demand for the Russian science in China, and also for the Chinese technological innovations, will cause new scientific achievements in Russia. Along with it, import of the Russian science will increase the Chinese technological development, and the money earned by means of technological export will provide resources for scientific financing.

Russia and China endure updating of the economic sphere today. Scientific and technical innovations realized both in the countries and within the international cooperation will become a basis of the modernized system. The joint Russian-Chinese projects relying on innovative scientific development will allow both states to reach the new level.

First of all, the scientific base and qualified personnel are necessary for implementation of such projects. Therefore it is important to pay attention to systems of professional education and scientific institutes, to encourage cooperation of Russia and China in this sphere, to adopt successful experience of creation of the innovative focused universities.

The innovation cooperation between Russia and China is calculated on long-term historical term. The prospects of the Russian-Chinese relations are reflected in bilateral and multilateral contracts and agreements. But, nevertheless, modern times dictate the terms cramming the states to think, mainly, of national security, sovereignty of the borders and of own interests. For this reason it is rather difficult to predict what will be the Russian-Chinese innovation cooperation in 15–20 years.

References:

1. Zinnov. Crossing the Value Chasm, November 2013
2. <http://www.ase.atomstroyexport.ru/press/releases/?id=637> — «Атомстройэкспорт и JNPC подписали протоколы окончательной приемки первой очереди Тяньваньской АЭС»
3. <http://www.atomic-energy.ru/news/2014/05/21/49039> — «Росатом» подписал меморандум о сотрудничестве с Китаем в сооружении ПАТЭС
4. http://www.bjreview.com.cn/world/txt/2014-10/13/content_644116.htm — An Evolving Partnership
5. <http://www.centrasia.ru/newsA.php?st=1413479580> — Российско-китайское инновационное сотрудничество как взаимная экспансия

6. <http://www.gazeta.ru/business/2014/10/13/6259605.shtml> — «Мегафон» зазвонит по-китайски
7. <http://www.rbc.ru/rbcfreenews/20140520124409.shtml> — Huawei и РЖД подписали соглашение о научно-техническом сотрудничестве
8. <http://www.rg.ru/2014/10/11/gaz-site.html> — Стоимость газа для Китая держится в тайне
9. <http://www.south-insight.com/node/298> — МГУ в Шэньчжэне
10. http://www.vedomosti.ru/politics/news/1801946/s_kitaem_polnaya_zagruzka — «Рособоронэкспорт» поставит в Китай авиамоторы на \$700 млн

Оценка эффективности организационной структуры торгового предприятия

Мельникова Татьяна Федоровна, кандидат экономических наук, доцент;

Мельникова Анна Владимировна, магистрант;

Мельникова Валентина Леонидовна, магистрант;

Яикбаева Альбина Ильдаровна, студент

Оренбургский государственный университет

В работе рассматриваются методы оценки эффективности управления процессами организационных изменений на предприятии, определяются модели структурной эффективности, обосновывается методика формирования интегральных показателей эффективности, их особенности и применение для оценки качества реструктуризации торгового предприятия.

Ключевые слова: организационная структура; эффективность; оценка; показатели; коэффициент; эталон; эффективность организационной структуры управления

Оценка потенциала организационной структуры управления торгового предприятия представляет собой изучение совокупности показателей, отражающих аспекты хозяйственных процессов, содержащая обобщающие выводы о результатах деятельности объекта. Данная оценка торгового предприятия выступает одним из основных условий повышения эффективности его деятельности.

Целью системы организационного моделирования выделение таких направлений организационного развития экономических систем, которые будут перспективными. А одной из важнейших задач системы организационного моделирования является разработка механизма и его инструментария для оценки эффективности проведенных изменений организационной структуры. При решении задач такого рода необходимо исследовать особенности, условия, ограничения, характеризующие корпоративное управление, выделить и оценить ряд факторов эффективности и влияющих параметров, дать оценку согласованности механизма корпоративного управления и эффективности взаимодействия между участниками корпоративной системы [1].

Важность этой задачи обуславливается, прежде всего, тем, что организационная структура — составная часть экономического потенциала торгового предприятия, она не существует сама по себе, и в составе экономического потенциала обеспечивает эффективное использование всех имеющихся у торгового предприятия ресурсов.

Отметим, что применяемые на практике методологии оценки эффективности организационных структур

различны. По мнению кандидата экономических наук, В. Остроухова, в качестве критерия предлагается оценить полноту и устойчивость достижения конечных целей систем управления, и одновременно оценивать величину затрат, связанных с функционированием организационной структуры. Для этих целей разрабатывается эталонный вариант организационной структуры и оценивается его эффективность, с которой впоследствии сравнивается эффективность фактически действующего аналога. В качестве показателей эффективности выбираются те, которые оценивают конечные результаты деятельности торгового предприятия (объём выпуска продукции, её себестоимость, прибыль, величина инвестиций в производство), а также те, которые оценивают организацию процесса управления (затраты на управленческий аппарат, эксплуатацию оборудования и зданий, производительность работников аппарата управления).

Другой подход предусматривает составление матрицы, в которой по горизонтали перечисляются основные функции торгового предприятия, а по вертикали структурные единицы (или исполнители), которые отвечают за выполнение функций, отражённых по горизонтальной строке. На пересечении строк и столбцов выявляется то подразделение, которое выполняет данную работу. Если это соответствует намеченным целям управления, то в клетке ставится плюс, если нет — минус. Далее анализируются причины наличия минусов и принимаются управленческие решения, под которые корректируются штатные расписания [2].

С. В. Смирнов, доктор экономических наук, дает следующее определение: «Эффективность системы управления — степень достижения поставленных целей при минимальных затратах». Результаты соотносятся с затратами системы в целом, т.е. производственные затраты

плюс коммерческие расходы и плюс административно управленческие расходы [3].

Эффективность организационной структуры управления можно определить с помощью системы показателей, представленной в таблице 1.

Таблица 1. Система показателей для оценки уровня эффективности организационной структуры

№ п/п	Показатель	Формула расчета	Обозначения	Рекомендуемое значение
1	Уровень определенности цели	$K_1 = m_1/m_0$	m_1 — кол-во подразделений, обособленные и взаимосвязанные цели которых сформулированы; m_0 — общее кол-во подразделений	1
2	Коэффициент охвата цели	$K_2 = Цн/Цз$	$Цн$ — кол-во нормативных целей отдела; $Цз$ — кол-во целей, отраженных в положении об отделе	1
3	Коэффициент охвата функций	$K_3 = Фд/Фн$	$Фд$ — кол-во действительных функций, реализуемых в оргструктуре; $Фн$ — кол-во функций по нормативу	1
4	Коэффициент дублирования и игнорирования функций	$K_4 = (Фн-Фди) / Фн$	$Фди$ — кол-во дублируемых и игнорируемых функций в оргструктуре	1
5	Коэффициент специализации по j -ой функции	$K_5 = m0 / (m0 + \sum mфj)$	$mфj$ — кол-во подразделений, в которых дублируется j -ая нормативная функция	1
6	Коэффициент специализации по j -ой цели	$K_5 = m0 / (m0 + \sum mцj)$	$mцj$ — кол-во подразделений, имеющих дублируемую j -е. цель (нормативную)	1
7	Удельный вес должностей, для которых определены реальные права и обязанности	$K_7 = Допр/Д$	$Допр$ — кол-во должностей, для которых в инструкциях определены права и обязанности $Д$ — всего должностей	1
8	Средняя оценка достаточности прав j -го подчиненного для выполнения обязанностей	$K_8 = 1/ ((\sum (ap + ar) / 2) / n)$	ap и ar — оценка достаточности прав у j -го подчиненного и его руководителя; n — общее число сотрудников	0,33
9	Удельный вес численности руководителей в численности ППП	$K_{21} = Чр/ЧППП$	$Чр$ — численность руководителей; $ЧППП$ — численность ППП	0,15

На основе полученных результатов отклонений от результативных (рекомендованных), можно дать качественную оценку модели организационной структуры. Затем в качестве решения предлагается матрица, в которой приводятся градации отклонений и качественная оценка эффективности, соответствующая им.

Спорным является предложение о создании эталона, как самой организационной структуры, так и эталона расчёта её эффективности из-за большого многообразия факторов влияющих на неё.

В качестве примера представим матрицу эффективности организационной структуры.

В данной матрице экспертным путём дается балльная оценка значимости показателей, воздействующих на цели деятельности торгового предприятия. Чем выше балл, тем сильнее значимость показателя.

В таблице 3 приведена плоская шкала оценки [1].

На основе постоянного мониторинга количественных значений оценок, выставляемых экспертами разрабатываются мероприятия по корректировке организационной структуры, что позволит обеспечить её наиболее эффективное функционирование.

Таким образом, предлагаемая модель позволяет получить объективные результаты процесса управления орга-

Таблица 2. Матрица эффективности организационной структуры

Показатель	Значение	Рекомендуемое значение	Степень отклонения	Качественная оценка	Бальная оценка
1	0,80	1	0,20	удовлетворительная	8
2	1,10	1	0,10	соответствует	7
3	0,64	1	0,36	слабое соответствие	9
4	0,70	1	0,30	удовлетворительная	5
5	0,35	1	0,65	слабое соответствие	6
6	0,22	1	0,78	несоответствие	8
7	1,00	1	0	соответствует	4
8	0,40	0,33	0,07	соответствует	6
9	1,48	1	0,48	слабое соответствие	7

Таблица 3. Качественная оценка организационной структуры

Степень отклонения интегральной оценки от целевого состояния (идеального)	0–0,15	0,15–0,35	0,35–0,65	>0,65
Качественная оценка организационной структуры	В основном соответствует	Удовлетворительная	Слабое соответствие	Несоответствие

низационными изменениями в виде сравнительного уровня эффективности либо конечных вариантов организационных структур, либо последовательных эволюционных структур при длительных организационных изменениях, отражающих

стратегию организационных изменений корпоративных систем. На основе приведенной оценки можно воздействовать на эффективность работы торгового предприятия, тем самым, повышая прибыль и рентабельность производства.

Литература:

1. Афоничкин, А. И., Михаленко Д. Г. Модели и методы оценки эффективности организационной структуры системы корпоративного управления / А. И. Афоничкин, Д. Г. Михаленко // Вестник Волжского университета им. В. Н. Татищева. — 2013. — № 1 [27]. — с. 19–28.
2. Остроухов, В. Методология оценки эффективности организационных структур предприятия / В. Остроухов // РИСК: Ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. — 2011. — № 4. — с. 731–733.
3. Смирнов, С. В., Поташева Г. А., Дежкина И. П. Комплексная оценка эффективности организационного потенциала промышленного предприятия / С. В. Смирнов, Г. А. Поташева, И. П. Дежкина // Известия Московского государственного индустриального университета. — 2007. — № 4 (9). — с. 19–25.

Понятие кредитного риска и факторы, на него влияющие

Митрофанова Кристина Борисовна, студент
Тольяттинский государственный университет (Самарская обл.)

Кредитный риск представляет собой элемент неопределенности при выполнении контрагентом своих договорных обязательств, связанных с возвратом заемных средств. Иными словами, кредитный риск — это возможность потерь вследствие неспособности контрагента выполнить свои контрактные обязательства. Для кредитора

последствия невыполнения этих обязательств измеряются потерей основной суммы задолженности и невыплаченных процентов.

Итак, наиболее ярким проявлением кредитного риска является дефолт (default) — неисполнение контрагентом в силу неспособности или нежелания условий кредитного

соглашения. Поэтому к категории кредитного риска относятся, в первую очередь, потери, связанные с объявлением контрагентом дефолта. К кредитному риску относятся также потери, связанные с понижением кредитного рейтинга заемщика, а также потери в виде недополученной прибыли вследствие досрочного возврата ссуды заемщиком.

Кроме того, в настоящее время среди наиболее часто используемых в экономической литературе определений понятия «кредитный риск» встречаются следующие:

- риск, связанный с невозвратом заемщиком суммы кредита и процентов по нему;
- риск невыполнения заемщиком своих обязательств по кредитному договору;
- риск неуплаты заемщиком основного долга и процентов по нему в соответствии со сроками и условиями кредитного договора;
- опасность неуплаты заемщиком основного долга и процентов, причитающихся кредитору;
- элемент неопределенности при выполнении контрагентом своих договорных обязательств, связанных с возвратом заемных средств;
- опасность неоплаты полученных заемщиком ссуд в предусмотренные кредитным соглашением сроки [1, с. 235].

Согласно письму Банка России от 23 июня 2004 года № 70-Т «О типичных банковских рисках» кредитный риск — это риск возникновения у кредитной организации убытков вследствие неисполнения, несвоевременного либо неполного исполнения должником финансовых обязательств перед кредитной организацией в соответствии с условиями договора. К указанным финансовым обязательствам должника могут относиться обязательства по:

- полученным кредитам, в том числе межбанковским кредитам, прочим размещенным средствам, включая требования на получение (возврат) долговых ценных бумаг, акций и векселей, предоставленных по договору займа;

- учтенным кредитной организацией векселям;
- сделкам финансирования под уступку денежного требования;
- приобретенным кредитной организацией на вторичном рынке закладным;
- сделкам продажи (покупки) финансовых активов с отсрочкой платежа (поставки финансовых активов);
- оплаченным кредитной организацией аккредитивам;
- возврату денежных средств по сделке по приобретению финансовых активов с обязательством их обратного отчуждения;
- требованиям кредитной организации по операциям финансовой аренды (лизинга).

Положение Банка России от 26 марта 2004 года № 254-П «О порядке формирования кредитными организациями резервов на возможные потери по ссудам, по ссудной и приравненной к ней задолженности» по-иному определяет кредитный риск коммерческого банка. Так, согласно данному документу кредитный риск по ссуде — это обесценение ссуды, то есть потеря ссудной стоимости вследствие неисполнения либо ненадлежащего исполнения заемщиком обязательств по ссуде перед кредитной организацией в соответствии с условиями договора либо существования реальной угрозы такого неисполнения. Кроме того, в целях определения размера расчетного резерва в связи с действием факторов кредитного риска ссуды классифицируются на основании профессионального суждения (за исключением ссуд, сгруппированных в портфель однородных ссуд) в одну из пяти категорий качества (таблица 1).

Зарубежные экономисты в своих работах также уделяют большое внимание кредитному риску банка. По мнению Х. В. Грюнинга, кредитный риск — это опасность того, что дебитор не сможет осуществить процентные платежи или выплатить основную сумму кредита в соответствии с условиями, указанными в кредитном согла-

Таблица 1. Категории качества ссуд

Категория качества ссуды	Характеристика
I категория качества (стандартные ссуды)	Отсутствие кредитного риска (вероятность финансовых потерь вследствие неисполнения заемщиком обязательств по ссуде равна нулю)
II категория качества (нестандартные ссуды)	Умеренный кредитный риск (вероятность финансовых потерь вследствие неисполнения заемщиком обязательств по ссуде обуславливает ее обесценение в размере от одного до 20%)
III категория качества (сомнительные ссуды)	Значительный кредитный риск (вероятность финансовых потерь вследствие неисполнения заемщиком обязательств по ссуде обуславливает ее обесценение в размере от 21% до 50%)
IV категория качества (проблемные ссуды)	Высокий кредитный риск (вероятность финансовых потерь вследствие неисполнения заемщиком обязательств по ссуде обуславливает ее обесценение в размере от 51% до 100%)
V категория качества (безнадежные ссуды)	Отсутствует вероятность возврата ссуды в силу неспособности или отказа заемщика выполнять обязательства по ссуде, что обуславливает полное (в размере 100%) обесценение ссуды

шении. Кредитный риск означает, что платежи могут быть задержаны, что, в свою очередь, может привести к проблемам в движении денежных средств и неблагоприятно отразиться на ликвидности банка.

По мнению исследователей Дж. Куота и Э. Альтмана, кредитный риск — это возможность потерь вследствие неспособности контрагента выполнить свои контрактные обязательства, а последствия невыполнения этих обязательств измеряются потерей основной суммы задолженности и невыплаченных процентов за вычетом суммы восстановленных денежных средств.

Итак, различные точки зрения российских и зарубежных авторов на кредитный риск представлены в таблице 2.

В целом можно сделать вывод, что кредитный риск связан с деятельностью банка по размещению аккумулированных средств, предполагающей платное и возвратное движение стоимости, с учетом того, что указанная деятельность может привести к убыткам.

Факторы кредитного риска носят как внешний характер по отношению к банку, так и внутренний. Факторы, носящие внешний характер, связаны с возможностью реализации кредитного риска по причине, не зависящей от

деятельности персонала кредитного подразделения банка. Заемщик может не вернуть кредит, несмотря на добросовестные действия сотрудников банка. Напротив, факторы, носящие внутренний характер связаны с ошибками персонала, допущенными в ходе оформления кредитной документации, ошибками при оценке кредитоспособности заемщика, нарушениями должностных инструкций и ошибками, заложенными в самих правилах осуществления кредитования.

К факторам, повышающим кредитный риск, относятся:
— значительный объем сумм, выданных узкому кругу заемщиков или отраслей, т.е. концентрация кредитной деятельности банка в какой-либо сфере, чувствительной к изменениям в экономике;

— большой удельный вес кредитов и других банковских контрактов, приходящихся на клиентов, испытывающих определенные финансовые трудности;

— удельный вес новых и недавно привлеченных клиентов, о которых банк располагает недостаточной информацией;

— либеральная кредитная политика (предоставление кредитов без наличия необходимой информации и анализа финансового положения клиента);

Таблица 2. Различные точки зрения российских и зарубежных авторов на кредитный риск

Критерий	Авторы	Содержание
Ситуация, связанная с кредитом	О. И. Лаврушин, Г. Г. Коробова	К кредитному риску следует относить «ситуацию, связанную именно с кредитом, а не с другими экономическими формами».
Дефолт заемщика	Базельский комитет, А. А. Лобанов, Дж. Коут, Э. Альтман	Наиболее ярким проявлением кредитного риска является дефолт (default) — неисполнение контрагентом в силу неспособности или нежелания условий кредитного соглашения. Поэтому кредитный риск — это возможность потерь вследствие неспособности контрагента выполнить свои контрактные обязательства.
Возникновение убытков в результате неисполнение заемщиком финансовых обязательств	Письмо Банка России от 23 июня 2004 года № 70-Т «О типичных банковских рисках», А. Ю. Петров, В. И. Петрова, Г. Н. Щербакова	Кредитный риск — это риск возникновения у кредитной организации убытков вследствие неисполнения должником финансовых обязательств. К финансовым обязательствам следует относить не только обязательства по полученным кредитам, но и по учтенным векселям, по сделкам финансирования под уступку денежного требования и т.д.
Обесценение ссуды	Положение Банка России от 26 марта 2004 года № 254-П «О порядке формирования кредитными организациями резервов на возможные потери по ссудам, по ссудной и приравненной к ней задолженности»	Кредитный риск по ссуде — это обесценение ссуды, то есть потеря ссудной стоимости вследствие неисполнения заемщиком обязательств по ссуде перед кредитной организацией в соответствии с условиями договора либо существования реальной угрозы такого неисполнения.
Депозитная составляющая деятельности банка	С. Н. Кабушкин	Кредитный риск следует изучать в широком смысле слова, с учетом депозитной составляющей, поскольку кредитный процесс можно рассматривать как с точки зрения банка-кредитора, так и заемщика.

— неспособность получить соответствующее обеспечение для кредита или принятие в качестве такового ценностей, труднореализуемых на рынке или подверженных быстрому обесцениванию;

— значительные суммы, выданные заемщикам, связанным между собой (родственникам и т.д.);

— нестабильная экономическая и политическая ситуация.

Факторами, снижающими кредитный риск, являются:

— консервативная политика управления кредитованием;

— скрупулезная процедура утверждения каждого кредита;

— установление максимального размера риска на одного заемщика;

— систематическое наблюдение и контроль за рисками со стороны руководства;

— эффективное обеспечение или страхование кредитов [4, с. 40].

Таким образом, в рамках кредитного процесса управлению подлежат следующие виды объектов: кредитный риск конкретного заемщика, обусловленный внешними факторами, кредитный риск конкретного заемщика, обусловленный внутренними факторами, кредитный риск портфеля, обусловленный внутренними факторами, кредитный риск портфеля, обусловленный внешними факторами.

Степень кредитного риска зависит от таких факторов, как:

— степень концентрации кредитной деятельности банка в какой — либо сфере (отрасли), чувствительной к изменениям в экономике, т.е. имеющей эластичный спрос на свою продукцию, что выражается степенью концентрации клиентов банка в определенных отраслях или географических зонах, особенно подверженных конъюнктурным изменениям;

— удельный вес кредитов и других банковских контрактов, приходящихся на клиентов, испытывающих определенные специфические трудности;

— концентрация деятельности банка в малоизученных, новых, нетрадиционных сферах;

— внесение частых или существенных изменений в политику банка по предоставлению кредитов, формированию портфеля ценных бумаг;

— удельный вес новых и недавно привлеченных клиентов;

— введение в практику слишком большого количества новых услуг в течение короткого периода (тогда банк чаще подвергается, по теории маркетинга, наличию отрицательного или нулевого потенциального спроса);

— принятие в качестве залога ценностей, труднореализуемых на рынке или подверженных быстрому обесцениванию [2, с. 8].

Среди внешних факторов ведущим фактором является общее состояние экономики, а также региона, в котором банк развивает свою деятельность. Кроме того, среди них выделяются факторы, обусловленные уровнем инфляции, а также темпами роста валового внутреннего продукта. Существенную роль играет активность денежно-кредитной политики Банка России, которая путем изменения учетной процентной ставки во многом определяет спрос на банковские ссуды. Также к группе внешних факторов можно отнести внешнюю и внутреннюю политику государства и ее возможные изменения в результате государственного регулирования. Одним из определяющих факторов риска является уровень развития банковской конкуренции, характеризующейся увеличением концентрации банковского капитала в отдельных регионах и развитием состава банковских операций и услуг [3, с. 67].

Среди внутренних факторов большую роль играет уровень кредитного потенциала коммерческого банка, зависящий от общей величины мобилизованных в банке

Таблица 3. Внутренние факторы кредитного риска

Внутренние факторы	Характеристика факторов кредитного риска
Факторы, связанные с деятельностью заемщика	— Содержание и условия коммерческой деятельности заемщика — Кредитоспособность заемщика — Уровень менеджмента заемщика — Репутация заемщика — Банкротство заемщика — Мошенничество со стороны заемщика
Факторы, связанные с деятельностью банка-кредитора	— Адекватность выбора кредитной политики — Структура кредитного портфеля — Квалификация персонала — Ошибочные действия кредитных работников — Качество технологий — Тип рыночной стратегии — Способность разрабатывать и продвигать новые кредитные продукты — Точность технико-экономического обоснования (ТЭО) кредитной сделки и инвестиционного проекта

средств, общей суммы и структуры обязательств банка. Факторами, оказывающими прямое воздействие на возникновение кредитного риска, являются качество кредитного портфеля, ценовая политика банка и степень управления кредитным риском в банке.

Внутренние факторы кредитного риска могут быть связаны как с деятельностью банка-кредитора, так и с деятельностью заемщика (таблица 3).

Таким образом, кредитный риск представляет собой риск возникновения у кредитной организации убытков вследствие неисполнения, несвоевременного либо неполного исполнения должником финансовых обязательств перед кредитной организацией в соответствии с условиями договора. Поскольку основную часть прибыли банк получает именно от ссудных операций, то минимизация кредитного риска является приоритетным направлением риск-менеджмента.

Литература:

1. Дорофеев, В. Д. Риск-менеджмент: учебное пособие / В. Д. Дорофеев. — М.: ИНФРА-М, 2008. — 440 с.
2. Розанова, Е. Ю. Риски в банковской сфере [Текст] / Е. Ю. Розанова // Банковское дело. — 2009. — № 7. — с. 8–14.
3. Рыбин, Е. В. Риск-менеджмент в банках и банковских группах: проблемы и тенденции [Текст] / Е. В. Рыбин // Банковское дело. — 2009. — № 9. — с. 67–71.
4. Швецов, А. М. Банковские риски и внешние аспекты управления ими в условиях экономического кризиса [Текст] / А. М. Швецов // Финансы и кредит. — 2010. — № 40. — с. 40–43.

Some aspects of motivation in the innovation activities of businesses

Muminova Elnorahon Abdugarimovna, Candidate of Economic Sciences
Fergana Polytechnic Institute, Republic of Uzbekistan

On the basis of systematic analysis of the innovation sector of the national economy of the Republic of Uzbekistan, the author offers directions for enhancing innovation in the economy, through the use of motivation.

Keywords: *motivation, innovation, innovative activity, innovative environment.*

Некоторые аспекты мотивации в инновационной деятельности хозяйствующих субъектов

Муминова Элнорахон Абдукаримовна, кандидат экономических наук, старший преподаватель
Ферганский политехнический институт (Узбекистан)

В статье на основе системного анализа состояния инновационной сферы национальной экономики Республики Узбекистан, автором предложены направления по активизации инновационной деятельности в экономике, посредством использования мотивации.

Ключевые слова: *мотивация, инновация, инновационная активность, инновационная среда.*

Scientific-research area, are of intellectual property, production, marketing, and consumption are basic elements of a structure of innovative process. Each of its components serves a specific function in the general process: generating innovative ideas, obtaining exclusive rights for a result of intellectual activity (emergence of non-material innovative product), producing material innovative product, its promoting on the market, realization of it in the area of productive or non-productive consumption.

Readiness of a subject of innovative activity to fulfill the mentioned functions is defined by components of competence in innovative activity that are formed within him: motivation, knowledge, activity, ability.

As a totality of natural intentions we will study: a need that brings a subject into the state of activity; a motive that explains a reason of selecting directed behavior, activity, and interest that can be described by subjective emotions and behavior settings, values and ideals of society. We also need to pay attention to artificial, consciously-supported intentions for innovative activity that are called stimulus. A need as a state of shortage in something induces one to act in order to fulfill this shortage. All subjects of innovative system can suffer need: individuals, social groups, organizations, enterprises, institutions, society as a whole. A process of fulfilling needs is a purposeful activity, therefore, needs can serve as a source of a subject's activity.

A motive is an intention for innovative activity that meets a subject's needs. It is directed to improve one's own vital activity through transforming objects of reality. In this relation activity that transforms objective reality becomes necessary. Forming a motive for innovative activity is described by a continuous process of emergence and solution of antagonisms in developing technical systems, a process of improving artificial world.

Interest is rather a social quality of a subject that should be studied as an inductive mechanism of comprehension and activity that urges one to search knowledge in a certain area of reality, transform knowledge into new knowledge and transform the reality in accordance with his need and goals with it.

Motivation in the aspect of innovative activity should be studied as a necessary component of competence in innovative activity of a person who is ready to become an innovator and use results of his intellectual activity and manage it, thus improving his vital activity, as an element of the system of managing progressive alterations at all levels of society, as a source of intensification of innovative activity of all subjects of innovative system.

Thus, discovering and comprehension of new need by a subject is a reason to carry out innovative activity. In innovative labour realization of potential an specific abilities transforms into objective social need from an individual intention. Through innovative activity a person obtains an ability to preserve and express its individuality, its further establishment and development. A goal, conditions, and abilities to express creative activity are predetermined by a dominating form of property in a state.

One of the basic necessary conditions of existence of enterprises in market economy is their competitiveness. It can be provided only by introducing innovations into productive turnover. Nowadays an enterprise and innovative activity form a single dyad. If an enterprise is not receptive to innovations, it will stagnate and collapse inevitably.

If there is a natural orientation for scientific-technical progress within a society, this society forms an innovative system as a totality of subjects (novators, innovators, infrastructure) and objects (innovations) that provides for innovative activity. Particularly, infrastructure of national innovative system should be generating, financing, and supporting innovative activity (educational institutions, scientific-research institutes, technoparks, business incubators, productive enterprises, venture funds, small and average business).

Innovative system is a sub-system of social-economic system of a society. It defines a demand for innovative product and life ability of innovative process. However, an attention of a government towards formation of the very innovative system is an expression of an emerged need for innovations.

In terms of market economy social need for innovations is reflected as a solvent demand for it that is expressed on the market of intellectual property and technological market as indicators of demand for innovative products that establishes

feedback between a consumer, producer-innovator, novator and demonstrates an immediate assimilation of innovations, in case high profit of using results of intellectual activity. Not only innovations, represented as a produced material product, but also non-material forms such as patents for unique technical and creative-construction solutions and other scientific-technical information can serve as an object of purchase.

In modern world, in terms of general globalization, a state is interested in developing innovative system. Its competitiveness on the world market is possible only through supply of science intensive products.

Thus, a need for innovations coming from production, state, society is the atmosphere in which actively functioning innovative system can exist.

A necessary condition of success of a developing innovative system is a mutual interest of all subjects, involved into the innovative process, in creation, producing, and distributing innovations. Unlike a need, interest expresses a subject's attitude to those who have created an object of need, possesses it, or has the same need for it. Interests represent relations, formed within a society, that define distribution of means of fulfilling needs between social subjects. Interests urge one to change conditions of his vital activity, and, therefore, his subjective activity and social development as a whole.

Stimulation of activity can be called a motor of innovative process. Stimulating labour in terms of market economy meets different motivations of a businessman who receives income and a hired employee who receives wage. At first stages of innovative process, when fundamental and applied research take place, scientific workers, engineers, constructors become central figures. Their talent, abilities, and diligence define a birth of innovative idea. Both individual and legal person can be a generator of innovative idea. Anyway, they should be interested. Here motives are linked to creativity, in other words, interest in self-realization, the process of labour itself. Besides, they should be positive about their right for a worthy prize. Market mechanisms create economic premises for it.

Motivation and stimulation of innovative activity are necessary regardless of organization structures within they flow. Enterprises interest employees with high wages, universities interest students with high grants, small business interest its employees with a corporate responsibility for a results that can make a high income.

Stimulation of innovative activity is a necessary condition of a successful innovative activity. There is no innovation without a novation.

Stimulating transfer of a technology (introducing an innovation into production via commercializing a product of scientific-technical activity) is an important component that provides for a continuity of innovative process. Competitive environment of market economy cause stimulus for production modernization, technical rearmament, management innovations, obtaining novations, production

and realization of innovations. Attraction of novelties allows a businessman to produce a higher quality product and make income due to an increased mass of sold product, and also due to a new product that is more demanded. These factor bring a monopoly income to an entrepreneur.

So, studying innovative process as a system, we should research not only technologic process of creating innovative product from generating a novation to arranging its production, but also social, economic, and psychological factors that form an ability and a character of the production in specific terms of a specific society. Therefore, in order to

create innovations, protect them, produce and distribute them, motivation of innovative activity is no less important than well-developed education, science, production that can adopt and reproduce an innovation, and a consumer of an innovative product.

Motivation for innovative activity forms as a resulting value of intensive forces coming from subjects of innovative subjects: inner intentions, motives (profit, safety, convenience, satisfaction, etc.), objective needs and interests, conscious interests and external stimulus that come from other social and economic subjects and environment as a whole.

References:

1. Абдуллаев А. М., Курпаяниди К. И. Роль инновационной составляющей в предпринимательстве // Экономическое возрождение России. — 2012. — Т. 2. С. 129–134.
2. Абдуллаев А. М., Курпаяниди К. И. Социально-экономические аспекты функционирования субъектов малого предпринимательства в системе институциональных преобразований // Новый университет. 2014. — № 2. С. 55–60.
3. Байнев В. Ф. Байнев, ВФ Принципы инновационного развития в странах ТС и ЕЭП/ВФ Байнев // Наука и инновации. — 2014. — № 4. — с. 33–36. — 2014.
4. Иванов В. Наука и инновации в условиях глобализации // Общество и экономика. — 2014. — № . 2–3. — с. 5–16.
5. Курпаяниди К. И. Государственный регламент инновационного процесса: зарубежный опыт и практика Узбекистана // Экономический анализ: теория и практика — научно — практический и аналитический журнал. Москва, 2014. — № 9. с. 60–64.
6. Kurpayanidi K. Innovative components of national competitiveness of country On-line Modern scientific researches and innovations. — November 2013. — № 11 [Electronic journal]. URL: <http://web.snauka.ru/en/issues/2013/11/28360> (дата обращения: 18.12.2014).
7. Курпаяниди К. И. Некоторые вопросы государственного регулирования инновационных процессов. / Инновационное сотрудничество между наукой, образованием и производством как платформа для модернизации. Сборник материалов Международного научно-практического семинара. TEMPUS project. — Фергана, 2013. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://tempus-univent.eu/wordpress/wp-content/uploads/2010/10/sbornik-2013-09-06.pdf>. — Дата обращения: 01.01.2015.
8. Курпаяниди К. И. Некоторые вопросы активизации региональной инновационной деятельности // Новый университет. Серия: Экономика и право. — 2013. — № . 8. — с. 52.
9. Евростат. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/government_finance_statistics3. — Дата обращения: 10.01.2011.
10. Постановление Президента Республики Узбекистан № ПП-916 от 15 июля 2008 года. — О дополнительных мерах по стимулированию внедрения инновационных проектов и технологий в производство/ Собрание законодательства Республики Узбекистан, 2008 г., № 29–30, ст. 280; 2010 г., № 1–2, ст. 2; 2011 г., № 36, ст. 366; 2012 г., № 8–9, ст. 78.
11. Anderson N., Potočnik K., Zhou J. Innovation and Creativity in Organizations A State-of-the-Science Review, Prospective Commentary, and Guiding Framework // Journal of Management. — 2014. — Т. 40. — № . 5. — с. 1297–1333.
12. Antonelli C. The economics of innovation, new technologies and structural change. — Routledge, 2014.
13. Jordan A., Huitema D. Policy innovation in a changing climate: sources, patterns and effects // Global Environmental Change. — 2014. — Т. 29. — с. 387–394.
14. Håkansson H., Waluszewski A. (ed.). Knowledge and innovation in business and industry: The importance of using others. — Routledge, 2014.
15. Seybold P. B. Outside innovation. — HarperCollins e-books, 2014.

Выход компаний на рынок ценных бумаг и факторы, влияющие на их курс

Новиков Андрей Викторович, студент

Научный руководитель: Давлетгареева Татьяна Борисовна, кандидат экономических наук, доцент

Научный исследовательский Томский политехнический университет

Актуальность данной темы обусловлена тем, что в современном мире многие отечественные и зарубежные компании нуждаются в инвестициях для развития своего бизнеса. Основным способом привлечь инвестиции является выпуск акций компании.

Существуют следующие варианты выхода компании-эмитента на фондовый рынок:

- Первичное размещение ценных бумаг бывает двух видов:

- частное размещение: пакет ценных бумаг продается ограниченному кругу лиц. Предполагается закрытый характер сделки.

- публичное размещение: происходит с помощью посредников, которыми могут выступать биржи или институциональные брокеры.

- Вторичное обращение ранее выпущенных ценных бумаг: дальнейший после первичного размещения переход акций от одних владельцев к другим, при этом сами эмитенты на вторичном рынке не получают финансирования.

При выходе на рынок ценных бумаг предприятие сталкивается с рядом проблем.

1. Одной из причин является отсутствие понимание у компании целесообразности и преимуществ выхода на рынок ценных бумаг. Многие руководители плохо осведомлены о возможностях рынка ценных бумаг и вместо этого недостаток средств пополняют с помощью кредитов под высокие проценты. Поэтому для решения данной проблемы необходимо объяснить компаниям о возможности привлечение инвестиций за счет выпуска ценных бумаг.

2. Вторая проблема заключается в том, что крупные акционеры стремятся получить полное влияние в компании.

3. Третья проблема обусловлена тем, что собственники контрольных пакетов акций, которые получили их в приватизационный период, предпочитают не давать возможность конкурентам перехватить контроль над компанией. Поэтому очень сложно убедить таких акционеров в целесообразности выхода компании на рынок ценных бумаг.

4. Четвертая проблема в том, что большинство российских компаний имеют небольшой уставной капитал и не проводили независимую оценку своих основных активов для определения их реальной стоимости со времени приватизации. Поэтому для выхода компании на рынок ценных бумаг необходимо произвести переоценку основных активов и увеличить уставной капитал.

Но если компания не столкнулась с вышеперечисленными проблемами и смогла выйти на фондовый рынок,

то стоит изучить ряд факторов, которые влияют на курс ценных бумаг.

На формирование цен на рынке ценных бумаг влияет большое количество факторов, которые можно разделить на три группы. На курс ценных бумаг оказывают влияние внутренняя и внешняя среда предприятия-эмитента.

Первая группа факторов, которые связаны с внешней средой компании. К ней относятся экономическое, социальное, политическое, правовое, международное и научно-техническое положение страны. Внешняя среда оказывает значительное влияние на деятельность компании. На покупательной способности инвесторов сказывается: снижение темпов экономического роста, инфляция, проблемы банковских систем и др. С факторами внешней среды компании сложно регулировать и практически невозможно их нейтрализовать. Единственное что может сделать компания это стараться избежать их, уменьшить негативное воздействие путем усиления положительного воздействия внешней среды, проводя анализ тенденций развития внешней среды.

Вторая группа факторов включает в себя проблемы связанные с выполнением функций и задач на предприятии. Главная задача компании — это эффективно управлять хозяйственным механизмом компании и инвестиционной деятельностью. Основное значение имеет финансовое положение компании, ее имидж и доверие со стороны финансовых институтов, которые оказывают основное влияние на спрос и цену ценных бумаг компании.

Третья группа факторов, которые влияют на процесс ценообразования, включает в себя спрос, предложение, издержки, конкуренцию, а также тип, вид, разновидность и срок обращения ценной бумаги. В процессе формирования цены учитываются факторы, которые объединены в три группы: спрос, издержки и конкуренция. К факторам спроса относятся объем потенциальных инвестиций, вкусы и привычки инвесторов и их доходы. К факторам издержек относятся эмиссионные, маркетинговые и прочие издержки, связанные с выпуском и обращением ценных бумаг. К факторам конкуренции относятся: количество и разнообразие эмитентов, наличие аналогичных ценных бумаг и уровень их цен.

На курс ценной бумаги также влияют отраслевая принадлежность эмитента и территория, на которой он размещается, степень технической оснащенности компании, инвестиционные характеристики ценных бумаг, меры государственного регулирования цен, соотношение спроса и предложения, ставки налогов.

В заключении хочется отметить, что учитывая все факторы образования цен на ценные бумаги и проблемы,

с которыми компания может столкнуться выходя на фондовый рынок, предприятию необходимо постоянно анализировать спрос на ценные бумаги, развивать рекламно-информационную деятельность, совершенствовать производственный процесс, чтобы стать более привле-

кательной для инвесторов. Учитывая, что курс акций зависит не только от реального положения дел в компании и в экономике в целом, но и от ожиданий, поэтому инвесторы уделяют большое внимание анализу и прогнозированию котировок.

Литература:

1. Краснослободцева, Г. К. Учет ценных бумаг и валютных операций: практическое пособие / Г. К. Краснослободцева, О. И. Соснаускене. — Москва: Дашков и К, 2009. — 428 с.: ил.. — Библиогр.: с. 420–424.
2. Ценные бумаги. Учет, налоги, аудит / отв. ред. Г. Николаева. Вып. 1. — Москва: Аудит и налогообложение, 1997. — 38 с.
3. Черненко, Наталия Юрьевна. Учет финансовых вложений в ценные бумаги: учебное пособие / Н. Ю. Черненко. — Москва: КноРус, 2012. — 155 с.. — Limited edition. — Библиогр.: с. 150–151.
4. Колтынюк, Борис Аронович. Ценные бумаги: учебник / Б. А. Колтынюк. — СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2000. — 304 с.. — Высшее профессиональное образование.
5. Остапенко, Виктор Васильевич. Акционерное дело и ценные бумаги: Справочное пособие / В. В. Остапенко. — Москва: Экономика, 1992. — 125 с.

Конкурентоспособность российских банков на международном рынке банковских услуг

Однокоз Валерия Геннадьевна, студент

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации (г. Москва)

На сегодня эффективность финансово-банковской системы представляется одним из важнейших путей обеспечения не только международной конкурентоспособности, но и экономической безопасности страны. Здесь вопрос международной конкурентоспособности банковских учреждений перестает быть лишь вопросом организации деятельности банка как хозяйствующего субъекта. Заданная программа стратегического развития банковской системы государства, которая должна не затеряться на мировом рынке соответствующих услуг и поддерживать экономику в процессе финансовой глобализации, а также учитывать фактор конкурентоспособности собственных финансовых и банковских институтов. Ведь неконкурентоспособность банковских институтов государства по сравнению с представителями других стран может угрожать снижением эффективности функционирования его финансовой системы, а значит, и его экономики в целом.

Таким образом, обоснованным представляется расширение существующего представления о международной конкурентоспособности банка как хозяйствующего субъекта принятием во внимание способности банка эффективно использовать возможности и противостоять опасностям глобализирующихся рынков. Все это необходимо для обеспечения потребностей национальной экономики в финансовых ресурсах.

Современные методики составления банков по рейтингу отражают в основном информацию о состоянии банка

с точки зрения его платеже- и кредитоспособности. Такой подход не в полной мере отвечает задаче анализа банка с точки зрения его конкурентоспособности в международном масштабе [1]. При этом систематизация существующих рейтингов может служить ориентиром для подобного анализа, являясь в достаточной степени достоверным отражением финансового состояния банка, его кредитоспособности, а также качества управления активами банка.

В сравнении с активным проникновением и расширением масштабов своей деятельности на российском финансовом рынке банков с участием иностранного капитала международная деятельность чисто российских банков представляется значительно скромнее. Отечественные же банки в основном имеют направление своей деятельности в основном на пассивные международные операции, например таких, как привлечение заемных средств в форме синдицированных кредитов. Однако, для эффективного развития банка в направлении международного финансово-банковского рынка, ему необходимо развивать активные международные операции.

Совсем недавно наша страна вступила в ВТО. Именно поэтому вопрос о конкурентоспособности российских банков на международной арене становится особенно актуальным. Одной из важнейших задач, которые должны быть решены как можно быстрее, является взятие курса на «выравнивание» профилей российских банков по сравнению с профилем «идеального» банка.

Необходимо решение внутренних проблем, а так же улучшение состояния российской банковской системы в целом. Но в то же время этого недостаточно для быстрого повышения уровня конкурентоспособности российских банков на международной арене.

С точки зрения потребностей развития российской экономики достижение отечественными банковскими институтами приемлемого уровня международной конкурентоспособности не представляется возможным без усиленного развития международной составляющей их деятельности.

При решении проблемы развития международной деятельности отечественных банков важно найти четкое соотношение их возможностей и стратегических целей, а также стратегических целей развития российской экономики в целом. Становится очевидно, что далеко не все отечественные банки в состоянии активно развиваться на международном рынке, так как большинство российских банковских организаций, особенно региональных, сконцентрировано на решении своих проблем и тактических задач. При этом для повышения уровня международной конкурентоспособности российской банковской системы и экономической безопасности российской экономики в целом необходимо повышение уровня развития международных операций отечественных банков. Было бы экономически и логически необоснованным требовать от всех российских банков активного стремления в международное финансово-банковское пространство. Ведь большинство региональных банков ориентировано и должно быть ориентировано на удовлетворение потребностей своих клиентов, как корпоративных, так и частных.

Кроме того, если рассматривать с точки зрения стратегического развития отечественной финансово-банковской системы, то целесообразным представляется разграничение банков на две группы. К первой группе относятся банки, у которых стратегическое направление определяет наиболее эффективное удовлетворение потребностей внутреннего рынка банковских услуг [2]. Это в большей степени относится к банкам региональным, обладающим уже налаженными технологиями организации бизнеса. Ко второй группе можно отнести крупнейшие отечественные финансово-банковские институты, стратегическим направлением развития которых должно стать движение в международное финансово-банковское пространство.

При оценке основных направлений и способов повышения эффективности международной составляющей деятельности российских банков можно выделить следующие неотъемлемые аспекты:

— принятие стратегического решения о движении банка в международное финансово-банковское пространство;

— повышение основных показателей деятельности российских банков на фоне улучшения инвестиционного климата;

— активизация международной экспансии отечественных банков: открытие зарубежных филиалов, представительства, дочерних организаций;

— диверсификация международной деятельности российских банков.

При этом отдельного внимания заслуживает возможность расширения международных депозитно-кредитных операций, в частности участие отечественных банков в международном синдицированном кредитовании. Активное вовлечение российских банков в зарубежные синдицированные кредиты, в том числе для иностранных заемщиков, представляется перспективным как с точки зрения развития самих банков, так и с точки зрения развития экономики страны в целом.

Присутствие российских банков часто незаменимо в случае затрудненного доступа для иностранных инвесторов в некоторые отрасли, например, к кредитованию предприятий военно-промышленного комплекса и ряда добывающих отраслей промышленности. В ряде случаев оно также важно для предприятий некоторых других отраслей, которые не в состоянии предоставить финансовую отчетность по международным стандартам, что в свою очередь значительно осложняет доступ заемщика к синдицированному кредитованию западными банками.

Именно участие в синдицированных кредитах может наделить отечественные банки определенным опытом и знаниями, которые будут необходимы на данном этапе для последующего наращивания имиджа в международном масштабе и позволит ознакомиться на практике с современными банковскими технологиями, без которых невозможно себе представить современный международный банк.

На наш взгляд, российским банкам не следует априори полагать, что экономические условия в принимающей стране будут лучше или хуже условий их деятельности в России.

Банковский сектор нашей страны уже прошел достаточно тяжелый путь, начиная со времен своего зарождения и становления. Основное из того, чего не смогли достигнуть отечественные банки, — так это именно конкурентоспособность хотя бы на внутреннем рынке, не говоря уже о международных рынках, вследствие различных причин — как объективных, так и особых, глубоко субъективных [3].

Среди объективных причин, в первую очередь, можно назвать относительно недолгую историю существования российских коммерческих банков. Следует также заметить, что большая часть стран с развивающейся экономикой, которые начали переходить к рынку одновременно или немного раньше, чем Россия, достигла еще менее значимых успехов в становлении и поддержании конкурентоспособности своих национальных банков. Государства бывшей Восточной Европы выбрали один путь — фактически передать контроль за своим банковским сектором зарубежному капиталу. Страны бывшего СССР последовали промежуточным моделям — некоторые лимитировали приток зарубежных инвестиций в свои банки, однако сделали это достаточно либерально.

В общем, нужно отметить, что банки множества бывших стран-членов СССР, собственно говоря, и интересовали иностранных вкладчиков в гораздо меньшей степени, чем, например, банки стран Восточной Европы. Прежде всего, так как они расположены ближе к ЕС; кроме того, имели и имеют с ним более глубокие и тесные социально-экономические, в какой-то степени политические, культурные, языковые связи; и что немаловажно, начальный уровень развития экономики их был выше, вследствие чего они раньше начали переходить к рыночной форме отношений.

Таким же образом объясняется и более низкий уровень наличия иностранных инвестиций в банковских учреждениях многих стран бывшего СССР, в частности и в России.

Тем не менее, при видимой неконкурентоспособности на мировом рынке у отдельных стран, например, у Казахстана, получилось построить относительно устойчивую, эффективную систему с банками, которые были конкурентоспособны и внутри страны, и в своей доле мирового рынка. За годы независимости в суверенном Казахстане сформировалась новая банковская система на совершенно иных, отвечающих рыночным требованиям,

условиях. От выполнения планово-распределительных функций она перешла к функциям, обслуживающим рыночные отношения. По мнению отдельных зарубежных экспертов, банковская система Казахстана отвечает основным международным стандартам банковской деятельности, а по отдельным параметрам выше, чем в большинстве стран СНГ. На сегодняшний день банковский сектор Казахстана по-прежнему остается крупнейшим и доминирующим сегментом финансового сектора страны.

Банки прочих развивающихся стран, начавшие переход к рынку которых некоторое время раньше (Бразилия, Аргентина, Турция, Малайзия и т.д.), равно как и российские банки, несильно преуспели в плане конкурентоспособности на международном рынке. Испытывая жесткую конкуренцию на внутреннем рынке наряду с американскими и западноевропейскими банками, на данном этапе они проводят не очень убедительное завоевание внешних рынков.

В принципе за этими объективными причинами и предпосылками следует множество субъективных, мешающих российским банкам, в первую очередь частным добиться высокого уровня конкурентоспособности хотя бы в своем регионе (а именно на территории бывшего СССР).

Литература:

1. Анализ эффективности российских банков. Под ред. Моисеева С. Р. — М.: Маркет ДС, 2010. 396 с.
2. Мустафин, Т. А. Актуальные проблемы международной деятельности банков в условиях глобализации // Экономические науки. № 3. 2010.
3. Федякина, Л. Н. Международные финансы: учебное пособие для вузов. — 2-е изд., перераб. и доп. М.: Международные отношения, 2012. 640 с.

Понятие «личный бренд», области его применения: теоретические аспекты

Патрахина Татьяна Николаевна, кандидат философских наук, доцент;
Вялкова Ксения Сергеевна, студент
Нижевартовский государственный университет (ХМАО — Югра)

В статье рассмотрена актуальная тема, относительно новое явление для российской действительности — персональный бренд. Авторами предпринята попытка провести обзор научных подходов отечественных и зарубежных исследователей к толкованию понятий «бренд» и «персональный бренд», а также рассмотреть области применения персонального бренда в современном обществе.

Ключевые слова: бренд, персональный бренд, брендинг, области применения персонального бренда.

Во все времена общественность зачастую следует не за абстрактными обещаниями и идеологическими системами, а за людьми, лидерами общественного мнения. Во многом стать лидером способствует грамотно сформированный персональный бренд, который позволяет выделиться на фоне остальных, быть лидером и авторитетом в своем сегменте и занять ведущие позиции. При этом стоит понимать, что создание личного бренда — долгий, трудоемкий процесс, требующий профессионального подхода.

Понятие «бренд» имеет весьма обширный смысловой контекст. Рассмотрим сущность и содержания данного термина с позиций отечественных и зарубежных исследователей.

Термин «бренд» впервые стал широко употребляться в Соединенных Штатах Америки, которые считаются родиной маркетинга. Английский язык пополнился данным понятием примерно в X веке. У древних викингов слово «brand» имело значение — «огонь, гореть, факел, жечь»,

помимо этого понятие в переводе с английского языка «brand» звучит как «клеймо» [2, с. 295].

Стоит отметить, что в общем понимании бренд отражал все свойства продукта (товара): имя, историю, репутацию, упаковку, цену. То есть бренд — это совокупность обособленных понятий, цель которых, сформировать положительное впечатление об уникальности товара. При этом впечатление о товаре легко может измениться благодаря сформированному бренду, в то время как сам товар может остаться прежним. Таким образом, можно сделать вывод, что бренд — это система, позволяющая идентифицировать товар.

Интересен подход к определению данной дефиниции в словаре Мюллера В.К., бренд — это американизированный вариант английского существительного brand-name. Значение слова brand определяется достаточно широко, как «клеймо, тавро, марка, фабричная марка; отпечатываться в памяти, производить впечатление» [7].

Наиболее наукоемким и признанным в среде профессиональных маркетологов является определение Котлера Ф. и Американской Ассоциации Маркетинга, они трактуют бренд как «имя, термин, знак, символ, рисунок или их сочетание, предназначенные для идентификации товаров или услуг одного продавца или группы продавцов и дифференциации их от товаров и услуг конкурентов» [5, с. 19].

В отличие от зарубежных исследователей, российский ученый Домнин В. определяет бренд как образ, который формируется в потребительском сознании и имеет определенное отношение к товару [3, с.28]. В данном определении мы видим смену приоритетов.

Зарубежный исследователь Аакер Д. уточняет свойства бренда и определяет бренд как особое название и (или) символ, предназначенные для идентификации товаров или услуг одного продавца или группы продавцов, а также для отличия дифференцирования этих товаров (услуг) от похожих продуктов-конкурентов. Исследователь обращает внимание, что бренд — это своеобразный сигнал для покупателя об источнике продукта (услуги), защита потребителя и производителя от недобросовестных конкурентов, которые предпринимают попытки представлять товары, внешне кажущиеся идентичными [1, с. 44].

В книге «Анатомия бренда» Перция В. и Мамлеевой Л. дается определение бренда с количественной точки зрения. Авторы считают, что товар является брендом, если:

- 75% потенциальных покупателей целевой аудитории могут приобрести этот товар;
- 75% целевой аудитории могут по названию бренда определить его отраслевую принадлежность;
- 20% покупателей целевой аудитории регулярно пользуются товаром бренда;
- 20% покупателей целевой аудитории могут правильно назвать основные характеристики бренда;
- бренд функционирует в своей рыночной нише не менее 5 лет;

— покупатели готовы платить за товар цену, которая выше средних цен на аналогичные товары в категории бренда [8, с. 28].

Однако стоит отметить, что в современных условиях рыночных отношений брендом может выступать не только товар или услуга, но и человек. Сегодня носителей личного бренда можно отнести к категории штучного товара, другими словами те, у кого есть громкое имя и безупречная репутация представляют особый интерес для работодателей и инвесторов на рынке. И если раньше персональный бренд в большей степени был уделом политиков, звезд шоу-бизнеса, то сегодня — это прерогатива многих успешных менеджеров и бизнесменов. Среди них известные личности, такие как Алексей Миллер, Олег Тиньков, Артемий Лебедев, Андрей Коркунов, Стив Джобс, Хью Хэфнер, Уолт Дисней, Марк Цукерберг и другие.

По мнению известного российского блоггера Петрова Л., личный бренд — это образ, который складывается в сознании конкретной целевой аудитории и ответственности [9].

Несмотря на то, что термин «персональный бренд» является относительно новым явлением для российской действительности, его содержание имеет давнюю историю. В целом это очень удачный и емкий термин, который объединяет в себе сочетание набора качеств успешных, узнаваемых людей. К его составляющим можно отнести: имидж успешного человека, хорошую репутацию, сильную личность, лидерство, харизму и т.д. Данные качества всегда высоко ценились, по этой причине можно с уверенностью сказать, что явление персонального бренда в профессиональной деятельности абсолютно необходимо и актуально.

Отметим, что на сегодняшний день не существует энциклопедически зафиксированных понятий «личный бренд», «персональный бренд», «имиджевый бренд», цель данной работы — провести обзор авторских дефиниций зарубежных и отечественных ученых.

Термин «personal branding», как полагают, был впервые использован и обсуждался в 1997 году в работе Тома Питерса — одного из известных американских писателей, создателя практик по управлению бизнесом [11].

По мнению Питерса Т., персональный бренд — это представление людей о конкретном человеке, это те идеи и ассоциации, которые определенная личность вызывает в сознании представителей общественности. Другими словами, персональный бренд — это наш образ в сознании других людей, это то, как нас видят и воспринимают, это наш образ, который генерирует дополнительную ценность и создает выгоды для нас.

В своих работах Питерс Т. убеждает читателей, что давно пришло время людям взять контроль над своими персональными брендами на работе и «продавать» себя более сознательно. Он считает, что личностям необходимо грамотно продвигать себя, определив собственные уникальные качества.

Вышеприведенный термин Питерса Т. стал распространенным определением персонального бренда и ряд исследователей предлагают во многом схожие толкования данной научной дефиниции.

Например, российский исследователь Кичаев А. определил персональный бренд как набор личностных и деловых качеств, свидетельствующих о полезности и интересности личности. Автор отмечает психологические составляющие персонального бренда: сложившийся в сознании других людей образ (идея или эмоция), в котором выражаются их опыт и ожидаемые выгоды от взаимодействия с вами; отражение вашего характера и представлений, проявляющихся в том, что и как вы делаете; сила вашего энергетического воздействия, механизм приобретения кредита доверия. Кроме того, российский исследователь определяет следующие свойства персонального бренда:

- выстраивает долгосрочные и взаимовыгодные отношения между личностью и партнерами;
- служит средством перехода личности в публично-рыночный формат;
- определяет выбор потребителя именно вашей услуги, а ваших конкурентов;
- помогает эффективно построить карьеру, увеличивает вашу стоимость на рынке;
- публично демонстрирует вашу особенность, значимость, предсказуемость в восприятии целевой аудитории;
- раскрывает историю ваших неудач и достижений (прошлые), позиционирование востребованности (настоящее) и перспективность для целевой аудитории (будущее) [4, с. 15].

Известный зарубежный ученый Котлер Ф. рассматривает персональный брендинг как процесс, по его мнению, личный бренд еще можно определить и как комплекс маркетинговых мероприятий, направленных на популяризацию персоны в глазах целевой аудитории и информирования последней о профессиональных или личных качествах персоны [6, с. 27].

Проведя обзор сущности и смыслового содержания понятий «бренд» и «персональный бренд», отметим, что многие дефиниции личного бренда сокращены до внешних проявлений бренда, большинством авторов внимание акцентируется на создании положительного имиджа уверенного, компетентного в каком-либо деле человека. В этой ситуации, в понятие «личный бренд» включаются эмоции, которые испытывает сторона, воспринимающая бренд, а также образ, который складывается в сознании других

людей, основанный на всей истории отношений с носителем бренда.

Рассмотрим области применения личного бренда. Российский блоггер Петров Л. предложил 4 области:

- 1) Шоу-бизнес. Персональный бренд способствует созданию собственного запоминающегося имиджа и привлекает внимание инвесторов (продюсеров).
- 2) Лицо компании. Персональный бренд направлен на формирование эталона имиджа, бизнес-корректности для всех представителей профессионального сообщества.
- 3) Stand-alone brand. Данная область, по мнению автора, существует отдельно от двух предыдущих понятий. Персональный бренд в данном случае является инструментом открытой пропаганды и рекламы себя. На практике в большинстве случаев такие бренды не являются персоналиями, как правило, это корпоративные единицы, которые имеют широкие возможности и, как следствие, высокие цены на услуги. В данном случае происходит некое обобщение образа личности и компании [9].

В свою очередь, авторы книги «Персональный бренд. Создание и продвижение», Рябых А. и Зебра Н. предлагают более развернутую и емкую классификацию областей применения персонального бренда:

- Первая категория: политики, но чаще чиновники.
- Вторая категория: предприниматели.
- Третья категория: люди из сфер шоу-бизнеса и спорта.
- Четвертая категория: персональный бренд сотрудников работающих по найму.
- Частный случай личного брендинга: люди, желающие считаться экспертами в чем-либо [10, с. 21].

Таким образом, можно констатировать, что в целом, в современном обществе персональный брендинг приобретает статус актуального явления, так как он дает возможность привлекать и удерживать клиентов; улучшать отношения с коллегами по работе; повышать свой авторитет в профессиональной среде; формировать успешный образ для инвесторов и т.д. Понятие «бренд» достаточно полно представлено в научной литературе, в свою очередь «персональный бренд» явление относительно новое в российской науке и поэтому еще не имеет устоявшейся академической трактовки в исследовательских кругах. При этом области применения персонального брендинга сегодня имеют тенденцию к расширению, и эта тема значима для тех, кто заинтересован в успешном решении поставленных профессиональных задач.

Литература:

1. Аакер, Д. Создание сильных брендов. — М.: ИД Гребенникова, 2003. — 435 с.
2. Вартанова, Е. Медиаэкономика зарубежных стран: глоссарий. — М.: Аспект Пресс, 2003. — 335 с.
3. Домнин, В. Брендинг: новые технологии в России. — СПб.: Питер, 2002. — 352 с.
4. Кичаев, А., Козлова, А. Ваш персональный коучинг успеха. Как управлять репутацией. — М.: Издательская группа «Весь», 2012. — 144 с.
5. Котлер, Ф. Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер. — М.: Альпина Паблишер, 2014. — 211 с.

6. Котлер, Ф., Рейн, И., Хэмлин, М., Столлер, М. Персональный брендинг. Технологии достижения личной популярности. — М.: Издательский дом Гребенникова, 2008. — 400 с.
7. Мюллер, В.К. Англо-русский словарь по Мюллеру. 24-е изд. — М.: Русский язык, 1995; Электронная версия: «Палек», 1998 [Электронный ресурс]. URL: <http://za-partoj.ru/d/engl/engl150.htm> (дата обращения: 20.12.2014).
8. Перция, В., Мамлеева, Л. Анатомия бренда. — М., СПб.: Вершина, 2007. — 288 с.
9. Петров, Л. Бренд имени себя [Электронный ресурс]. URL: <http://leonidpetrov.ru/blog/articles?post=brend-imeni-sebja-sozdanie-i-prodvizhenie-lichnogo-brenda> (дата обращения: 20.10.2014).
10. Рябых, А., Зебра, Н. Персональный бренд. Создание и продвижение. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2015. — 298 с.
11. Peters, T. The Brand Called You. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.fastcompany.com/28905/brand-called-you> (Дата обращения: 22.10.14).

Информационная составляющая упаковки, как одна из составляющих конкурентных преимуществ предприятий индустрии питания

Попова Ирина Юрьевна, аспирант

Нижегородский государственный инженерно-экономический институт (г. Княгинино)

В данной статье рассматривается применение информационной составляющей упаковки и его влияние на конкурентные преимущества предприятий пищевой промышленности, применение цвета, структуры, который привлекает внимание потенциального покупателя.

Ключевые слова: пищевая промышленность, упаковка, информационная составляющая, визуальная часть пакета, задней этикетке цветового круга.

This article discusses the application of the information component of the packaging and its impact on competitive advantage of enterprises of the food industry, the use of the color patterns which attracts the attention of a potential buyer.

Key words: food industry, packaging, information component, the visual part of the package, the back label of the color circle

Сегодня рекламная индустрия не стоит на месте, а перед отделом маркетинга любого предприятия сферы индустрии питания, стоит задача продать свою продукцию, привлекая к ней все большее число потенциальных потребителей. Решить им эту задачу помогает разработка эффективной упаковки, которая несет не только эстетическое восприятие продукта, но и информационную составляющую. Внешне привлекательная упаковка заметно увеличивает показатель продаваемости продукта. Именно по этой причине *производство картонной упаковки* непременно сопровождается разработкой ее дизайна. Как показывает практика, потребители отдадут большее предпочтение той продукции, упаковка которой оформлена эффектно, ярко, интересно и информативно. В связи с этим многие производители стремятся оформлять свою продукцию в упаковку, которая обязательно должна соответствовать ценовому и качественному уровню товара.

Рассматривая вопрос об информационной составляющей упаковки товара нужно определить, что такое упаковка и её информационные составляющие.

Информация — это название продукта, марки, сведения о производителе товара, особенности и свойства

товара, а также сообщения о специальных предложениях, например, акциях и скидках [3 с. 65].

Упаковка — это носитель закодированной информации не только о самом продукте, но и о производителе [2 с. 15].

К разработке дизайна будущей упаковки нужно относиться с большей осторожностью, ведь если упаковка будет плохого качества и неприглядного вида, иметь неточности и другие недочеты, то потенциальный покупатель откажется от покупки товара не попробовав содержимого продаваемого товара.

Анализируя вопрос о конкурентных преимуществах упаковки, её информационная составляющая, несет особый смысл, а саму информационную составляющую упаковки можно представить в виде схемы (рис. 1).

Кроме того не нужно забывать и об изобразительной части упаковки, элементы которой тоже очень важны для наглядной и качественной упаковки товара (см. рис.2).

Рассматривать обе эти части нужно вместе. Так же на упаковке можно отобразить информацию о каких-нибудь специальных предложениях («20% от стоимости бесплатно», «2 упаковки по цене одной»), интересные факты



Рис. 1. Информационная составляющая упаковки



Рис. 2. Изобразительная часть упаковки

из истории создания данной марки, краткую информацию о производителе продукта и т.д.

Разрабатывая дизайн упаковки не нужно забывать и ещё об одном немаловажном элементе это *контрэтикетке* (обратная сторона упаковки) [2 с. 85]. В изготовлении упаковочного материала этот элемент является обязательным. Как правило, на обратной стороне печатается информация о производителе и его контактные данные, о составе продукта (для непивных товаров — о комплектации). Дизайн контрэтикетки в обязательном порядке должен гармонизировать с «лицевой» стороной, тогда потребитель будет воспринимать товар, как действительно продуманный до мелочей и очень качественный.

В дизайне упаковки, как и в любой другой рекламной деятельности важным является выбор цвета и матери-

алов из которых изготовлена упаковка. Дизайнеры применяют цветовой круг (способ представления непрерывности цветовых переходов). Сектора круга окрашены в различные цветовые тона, размещенные в порядке расположения спектральных цветов, причем пурпурный цвет связывает крайние (красный и фиолетовый) цвета. Классическим кругом из 12 цветов считается круг Иоханнеса Иттена [1 с. 45]. Основу его составляют красный, желтый и синий, второстепенные — оранжевый, фиолетовый и зеленый, а остальные цвета образуются путем смешивания. Сочетание цветов на основе такого круга помогает дизайнеру подобрать гармоничную цветовую схему. Так же используют и тематическую направленность использования цвета. Например, красный цвет в технической области символизирует опасность, а в области моды чув-

ственность и смелость. Если взять красный цвет в природе, то, скорее всего, он породит ассоциации со сладостью спелых ягод, а в социальной сфере он заставит вспомнить россиян о коммунизме, а у жителей других стран вызовет другие ассоциации.

Анализируя данный вопрос автор статьи приводит результаты маркетинговых исследований потребителей с целью выявления их предпочтений к информации, изложенной на упаковке товаров Нижегородского продовольственного рынка. Данное исследование проводилось методом фокус-групп в гипермаркетах в период с сентября по ноябрь 2014 года. Количество проведенных фокус-групп — 5, численность каждой фокус-группы составила — 10–12 человек. Результаты исследования изложены на рис.3.

Из данных рисунка 3 видно, что большинство опрошенных респондентов отдают предпочтение «сроку годности» продукта, а меньше положительных ответов было отдано «стране изготовителю», т.к. многие респонденты отрицательно относятся к буквам, обозначающим адрес предприятия — изготовителя, которые заставляют покупателя искать нужный адрес, написанный мелким шрифтом.

Сегодня в период нововведений и новаторств сферы услуг автор в своем исследовании останавливается на наличии идентификационного кода на упаковке или этикетке, которую можно отсканировать сотовым телефоном, отправить предприятию-изготовителю для идентификации продукта и предъявлении претензий к этому товару. Результат изложен на рисунке 4.

Подводя итог проведенного маркетингового исследования, автором были выявлены как положительные отклики на информацию, изложенную на упаковке, так и отрицательные (слишком мелкий шрифт, дублирование информации о составе и изготовителях на иностранных языках и т.д.), так же были выявлены пожелания к нанесению новых видов информации, к которым было бы хорошо прислушаться производителям продуктов питания.

При изготовлении упаковки, не нужно забывать из какого материала она изготовлена. Самым проигрышным вариантом считается дешевый картон. Необходимо выбирать только яркие и качественные современные материалы, способные представить товар в его лучшем виде. Также не нужно забывать о том, что упаковка должна сохранять свежесть продукта, защищать его от повреждений, облегчать доставку домой. В зависимости от использованного в производстве материала упаковки могут быть пластиковые, из поливинилхлорида, металлические, стеклянные, бумажные и т.д. Для увеличения сроков хранения продукта часто используется вакуумная упаковка.

Экономическая эффективность упаковки зависит от ее собственной стоимости, цены эксплуатации и стоимости утилизации. Собственная стоимость упаковки зависит от применяемых материалов, а также технологичности производства самой тары. Так, бумага дешевле стекла, металла или пластмассы, но последние значительно технологичнее, они лучше плавятся, штампуются и формируются. С учетом всех этих факторов маркетолог должен правильно выбрать подходящую упаковку. Современная упаковка должна



Рис. 3. Обязательные реквизиты маркировки, отраженные на упаковке продовольственных товаров

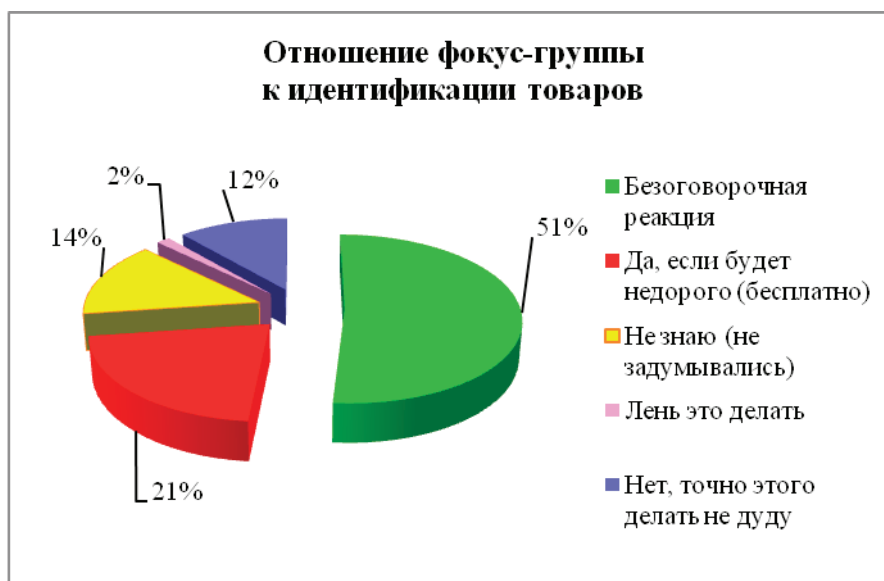


Рис. 4. Отношение фокус-группы к идентификации товаров

быть оптимальной стоимости товара, привлекательного по внешнему виду, надежно защищенного упаковкой, что в ней содержится, обеспечивающие удобную транспортировку. Обязательным условием оптимизации упаковки является стандартный размер, что значительно облегчает транспортировку, перевозку и складирование.

В заключении можно сказать о том, что от высококачественной, содержательной (информативной) упаковки зависит прибыль предприятий, а в частности сферы индустрии питания, а при её разработке всегда следует придерживаться простоты и краткости, только в этом случае товар может быть востребованным на рынке.

Литература:

1. Гусаров, Ю. В. Менеджмент рекламы: Учебное пособие. — М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2009. — 527 с.
2. Гуль, В. Е., Любешкина Е. Г., Аксенова Т. И. Упаковка продуктов питания: Учеб. пособие. — М.: Изд-во МГУПБ, 2006. — 82 с.
3. Информатика и ИКТ. Базовый уровень: учебник для 10–11 кл./И. Г. Семахин, Е. К. Хеннер — 5 изд. — М.: БИНОМ. Лаборатория знаний, 2009г — 246 с.; ил.

Экономическая сущность расходов организации

Потеряхина Татьяна Павловна, студент
Казанский (Приволжский) федеральный университет

Понятие расходов как экономической категории трактуется в различных источниках по-разному. отождествление понятий «издержки», «затраты» и «расходы» приводит к ошибочным суждениям, искажению бухгалтерского учета организации.

Иногда понятия расходов идентифицируют с затратами и издержками. Мы считаем, что необходимо различать данные понятия, так как неправильное оперирование ими может привести к существенным ошибкам, главным образом, в анализе экономической деятельности предприятия, в планировании и управлении производственными процессами. Важно отметить, что однозначного толкования данных понятий в настоящее время не найдено.

Рассмотрим данные понятия с позиции их употребления в нормативных актах Российской Федерации.

Правила формирования в бухгалтерском учете информации о расходах коммерческих организаций установлены Положением по бухгалтерскому учету ПБУ 10/99 «Расходы организации», утвержденным Приказом Минфина России от 06.05.1999 № 33н (далее — ПБУ 10/99). Согласно ПБУ 10/99 расходами организации признается уменьшение экономических выгод в результате выбытия активов (денежных средств, иного имущества) и (или) возникновения обязательств, приводящее к уменьшению капитала этой организации, за исключением уменьшения вкладов по решению участников (собственников имущества).

Не признается расходами организации выбытие активов:

- в связи с приобретением (созданием) внеоборотных активов (основных средств, незавершенного строительства, нематериальных активов и т.п.);
- вклады в уставные (складочные) капиталы других организаций, приобретение акций акционерных обществ и иных ценных бумаг не с целью перепродажи (продажи);
- по договорам комиссии, агентским и иным аналогичным договорам в пользу комитента, принципала и т.п.;
- в порядке предварительной оплаты материально-производственных запасов и иных ценностей, работ, услуг;
- в виде авансов, задатка в счет оплаты материально-производственных запасов и иных ценностей, работ, услуг;
- в погашение кредита, займа, полученных организацией.

В МСФО нет специального стандарта, посвященного учету расходов, однако документ «Концептуальные основы финансовой отчетности» (Conceptual Framework for Financial Reporting) содержит определение расходов. Так, расходы — уменьшение экономических выгод за отчетный период, которое выражается в уменьшении или потере стоимости активов или в увеличении обязательств, которые приводят к уменьшению капитала, не связанному с его распределением между участниками.

Таким образом, определение расходов в международных стандартах идентично с определением в российских стандартах.

Представим отличие признания расходов согласно РСБУ и МСФО в таблице 1.

Сравнение условий признания расходов по РСБУ и МСФО

Не все расходы, признаваемые в бухгалтерском учете, признаются в налоговом. Для целей налогообложения налоговый кодекс РФ дает следующее определение расходов. Согласно ст. 252 НК РФ расходами признаются обоснованные и документально подтвержденные затраты (а в случаях, предусмотренных статьей 265 Налогового Кодекса, убытки), осуществленные (понесенные) налогоплательщиком.

Критерии признания расходов для целей налогообложения:

- обоснованные расходы (экономически оправданные затраты, оценка которых выражена в денежной форме)
- документально подтверждены
- расходы произведены для осуществления деятельности, направленной на получение дохода.

Если в бухгалтерском учете расходы признаются независимо от намерения получить выручку, операционные или иные доходы, то в налоговом учете расходы признаются только в том случае, если они произведены для осуществления деятельности, направленной на получение дохода.

Иногда понятия расходов идентифицируют с затратами и издержками. В целях данной работы мы считаем, что необходимо различать данные понятия, так как неправильное оперирование ими может привести к существенным ошибкам, главным образом, в анализе экономической деятельности предприятия, в планировании и управлении производственными процессами. Важно отметить, что однозначного толкования данных понятий в настоящее время не найдено. Поэтому мы рассматриваем подходы различных авторов.

Смежным понятием, которое используется в различных источниках как затраты или расходы, является понятие «издержки».

Издержки — это совокупность различных видов затрат на производство и продажу продукции в целом или ее отдельных частей.

По мнению Ивашкевича В. Б., затратами являются выраженные в натуральной и денежных формах совокупные издержки живого и овеществленного труда в процессе предпринимательской деятельности в течение определенного периода времени. Расходами является совокупность кредиторской задолженности и платежей. Платежи представляют собой уплату в наличной и безналичной форме денег и других платежных средств.

Таким образом, понятие «издержки» является наиболее обобщающим показателем, включающим в себя затраты, а те в свою очередь — расходы.

Одним из главных отличий расходов от затрат является то, что расходы учитываются при исчислении финан-

Таблица 1

Признак сравнения	РСБУ	МСФО
Расход производится в соответствии с конкретным договором, требованием законодательных и нормативных актов, обычаями делового оборота	+	-
Надежная оценка (сумма расхода может быть определена)	+	+
Имеется уверенность в том, что в результате конкретной операции произойдет уменьшение экономических выгод организации	+	+
Расходы признаются в том отчетном периоде, в котором они имели место, независимо от времени фактической выплаты денежных средств и иной формы осуществления	+	+
Правило соответствия расходов периода полученным доходам	+	+

сового результата деятельности предприятия за отчетный период и отражаются в отчете о финансовых результатах. В отличие от затрат, расходы в момент их признания оказывают влияние на прибыль.

По мнению Федоровича Т.В. расходы рассматриваются как затраты по ресурсам или услугам, потребленным в процессе получения дохода. Расходы представляют собой финансовые затраты на получение доходов в течение определенного периода. Для термина «расходы» характерно определение «истекшие». То есть, к расходам относятся средства или ресурсы, которые были израсходованы с целью получения доходов и потеряли способность приносить доход в будущем. Таким образом, расходы — это часть затрат, понесенных предприятием в связи с получением доходов.

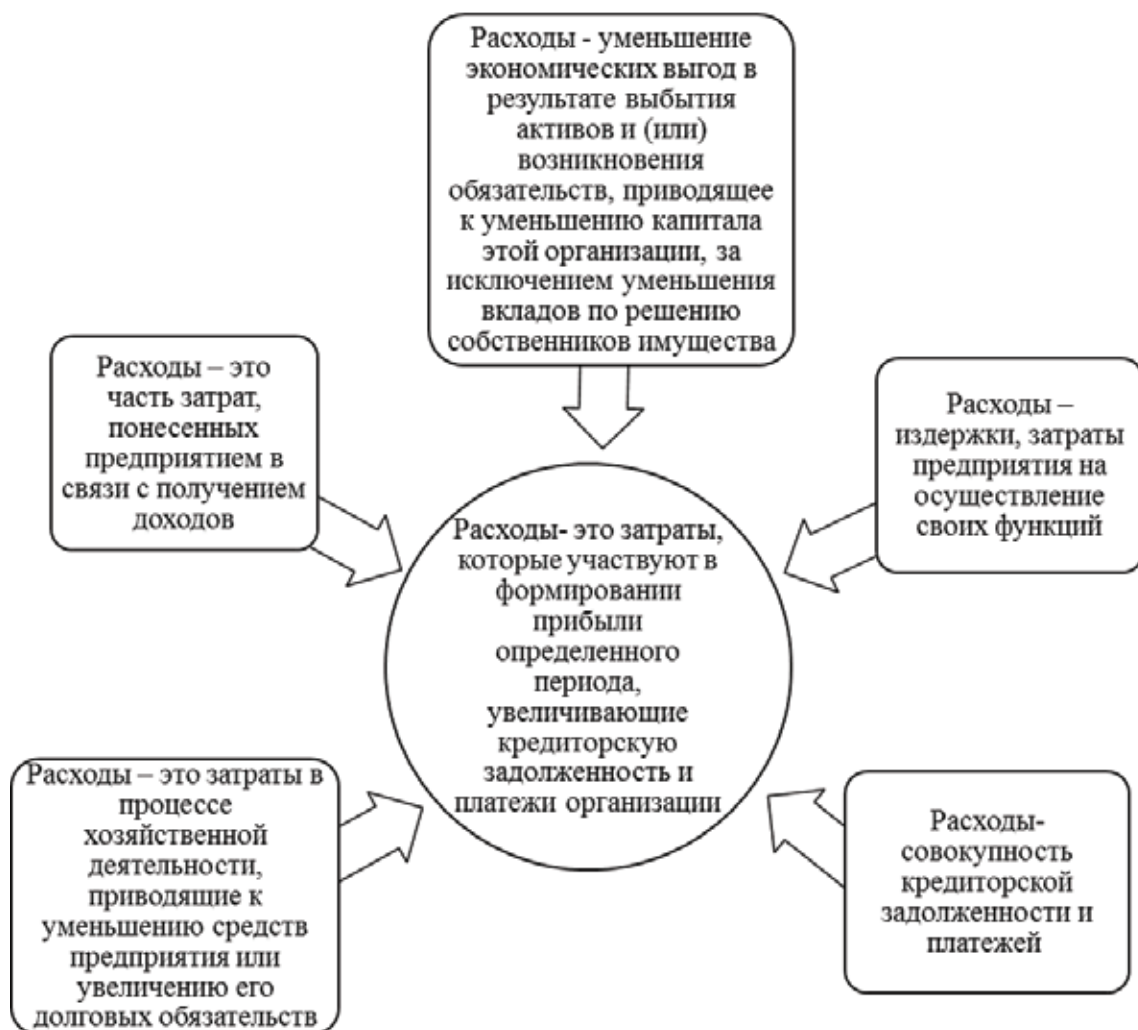
Одно из схожих определений расходов дают авторы Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. Так, расходы — это затраты в процессе хозяйственной деятельности, приводящие к уменьшению средств предприятия или увеличению его долговых обязательств. Обычно это затраты, связанные с ресурсным обеспечением производства, приобретением материалов, оборудования, оплатой труда работников, ремонтом оборудования, выплатой процентов по кредитам, арендной платой, уплатой налогов.

По мнению Бутриной Ю.В. расходы — это затраты определенного периода времени, документально подтвержденные, экономически оправданные (обоснованные), полностью перенесшие свою стоимость на реализованную за этот период продукцию. В отличие от затрат расходы не могут быть в состоянии запасаемости, не могут относиться к активам предприятия. Они отражаются при расчете прибыли предприятия в отчете о прибылях и убытках. Автор сближает понятия расходов в ПБУ 10/99 с понятием в налоговом кодексе РФ, что является на наш взгляд не совсем верным, так как искажает экономический смысл расходов для целей бухгалтерского учета.

По мнению Молчанова С.С. расходы представляют собой истраченные ресурсы, которые уже невозможно использовать в будущем.

Таким образом, можно констатировать схожесть взглядов всех исследователей на понятие расходов, несмотря на некоторые отличия в толковании.

Изучив взгляды различных авторов, мы придерживаемся подхода соответствия доходов и расходов. Так, расходы — затраты, которые участвуют в формировании прибыли определенного периода, увеличивающие кредиторскую задолженность и платежи организации.



Литература:

1. Налоговый кодекс Российской Федерации от 31.07.1998 N 146-ФЗ, Часть 2, ст. 252
2. Положение по бухгалтерскому учету 10/99 «Расходы организации» от 06.05.1999 N 33н
3. Ивашкевич, В. Б. Бухгалтерский управленческий учет: учебник/ В. Б. Ивашкевич. М.: Магистр, 2008-С.57
4. Молчанов, С. С. Управленческий учет за 14 дней: экспресс-курс/ С. С. Молчанов. М.: Эксмо, 2008-С.38
5. Федорович, Т. В. Бухгалтерский управленческий и производственный учет: учебное пособие/ Т. В. Федорович — Новосибирск: НГУЭиУ, 2010-С.15

Особенности эмиссии ценных бумаг как способа мобилизации инвестиционных ресурсов

Прохорова Ирина Андреевна, студент
Финансовый университет при Правительстве РФ (г. Москва)

Актуальность исследования эмиссии ценных бумаг как способа мобилизации инвестиционных ресурсов определяется множеством причин. Во-первых, российской экономике свойственна нехватка инвестиционных ресурсов. Практически каждое предприятие на определенных этапах жизни сталкивалось с этим. Соответственно, существует проблема и, следовательно, необходимость её решения. Во-вторых, есть много способов мобилизации инвестиционных ресурсов. То есть существует еще одна проблема — выбора. В-третьих, существуют определенные проблемы теоретического характера в области данной темы. У такого широко используемого термина, как инвестиционные ресурсы отсутствует единое общепринятое определение, что создает путаницу в большом количестве взглядов на их сущность. Всё это, а также возрастающая популярность данного способа делают исследование особенно актуальным.

Итак, понятие «инвестиционные ресурсы» используется как в работах российских, так и зарубежных ученых, однако, сам термин однозначно нигде не определяется. Проанализировав различные работы по данной теме, можно прийти к выводу, что в экономической науке сложилось два основных подхода к определению сущности инвестиционных ресурсов предприятия.

Согласно первому подходу инвестиционные ресурсы представляются финансовыми ресурсами, привлекаемыми для осуществления вложений в объекты инвестирования. Подобной точки зрения придерживаются: Розенберг Дж.М. [5,18], Шеремет В. М. [6,58] и некоторые другие. В рамках второго подхода инвестиционные ресурсы определяются как «ценности, вкладываемые в те или иные инвестиционные проекты с целью прироста богатства в том или ином виде». Некоторые авторы уточняют состав этих ценностей, например, «все виды реальных и финансовых активов» [3,72] или «совокупность материальных, трудовых и финансовых ресурсов». Т. е. второй подход расширяет состав инвестиционных ре-

сурсов, включая в него не только финансовые активы, но и реальные активы, вкладываемые в инвестиционные проекты [7,11].

Второй подход в данном случае представляется более актуальным, поскольку учитывает возможность использования реальных активов в инвестиционной деятельности.

Современная российская экономика сталкивается с большим количеством трудностей, одной из которых является острая нехватка финансовых и, как следствие, инвестиционных ресурсов. В результате многие предприятия не имеют возможности производить продукцию с высокой добавленной стоимостью. Это сказывается на объемах получаемых прибылей. Низкая прибыль не позволяет им, в свою очередь, осуществлять мероприятия по перевооружению производства, развивать конкурентные преимущества.

Помимо этого, на сегодняшний момент достаточно сложно получить финансовые ресурсы из заемных источников, так как большинство банковских структур ориентировано на взаимодействие в основном с крупными, уже устойчиво развивающимися компаниями, которые реализуют низкорисковые проекты.

Зарубежный опыт свидетельствует о том, что способность компаний гибко и в необходимых масштабах использовать возможности привлечения средств с фондового рынка является одним из наиболее эффективных методов мобилизации финансовых ресурсов и, соответственно, решением некоторых существующих проблем. Именно на фондовом рынке предприятие может на выгодных условиях получить в распоряжение деньги на длительный срок или бессрочно. Поэтому не является неожиданностью увеличение интереса к данному методу и рост активности предприятий в сфере выпуска ценных бумаг.

По сути, главная задача эмитента — правильно выбрать ценную бумагу для эмиссии и определить параметры выпуска, привлекательные для себя и инвесторов.

Разберемся с тем, что же такое эмиссия, в чем ее достоинства и недостатки и о каких нюансах Законодательства должен помнить эмитент.

Итак, эмиссия ценных бумаг — установленная Федеральным законом последовательность действий эмитента по размещению эмиссионных ценных бумаг. К ней относятся:

1. принятие решения о размещении эмиссионных ценных бумаг (составление документа утвержденной формы.);
2. утверждение решения о дополнительном выпуске эмиссионных ценных бумаг (документ утверждается советом директоров АО);
3. государственная регистрация дополнительного выпуска эмиссионных ценных бумаг. Выпуску присваивается государственный регистрационный номер. Для этого эмитент должен предоставить в регистрационный орган заявление на оформление регистрации, решение о выпуске ценных бумаг, копии учредительных документов, проспект эмиссии. Проспект эмиссии — документ, содержащий данные об эмитенте и параметры выпуска; создается при открытой подписке всегда, при закрытой — в случае размещения ценных бумаг среди более 500 лиц.;
4. размещение эмиссионных ценных бумаг (должно окончиться не позднее одного года со дня утверждения решения о выпуске);
5. государственная регистрация отчета об итогах дополнительного выпуска эмиссионных ценных бумаг. Документ предоставляется в регистрирующий орган не позже чем через 30 дней после завершения размещения выпуска; содержит всю информацию о выпуске [1].

К эмиссионным ценным бумагам относятся: акции, облигации, опционы эмитента, российские депозитарные расписки. Все они могут привлекать в компанию инвестиционные ресурсы. Так же популярным методом мобилизации средств сегодня являются вексельные программы, однако, векселя не являются эмиссионными бумагами. Тем не менее, основными товарами на фондовом рынке, наиболее часто используемыми для мобилизации инвестиционных ресурсов, являются такие корпоративные ценные бумаги, как акции и облигации. В условиях ограниченности объема работы имеет смысл остановиться на них.

«Акция — эмиссионная ценная бумага, закрепляющая права ее владельца (акционера) на получение части прибыли акционерного общества в виде дивидендов, на участие в управлении акционерным обществом и на часть имущества, остающегося после его ликвидации. Акция является именной ценной бумагой». [1].

В качестве положительных сторон эмиссии акций как способа мобилизации инвестиционных ресурсов можно выделить следующие:

- возможность мобилизации значительных финансовых ресурсов;
- бессрочный период использования привлеченных средств;
- свобода выбора времени осуществления эмиссии;
- создает мотивацию для инвесторов (доступ к управлению капиталом);

- диверсификация состава акционеров;
- отсутствие необходимых выплат по обыкновенным акциям;
- В качестве негативных последствий эмиссии акций могут выступать:
 - риск потери контроля над предприятием;
 - риск того, что акции предприятия окажутся неликвидными, что усложнит поиски инвесторов;
 - необходим большой срок подготовки к выпуску;
 - большие издержки на печать и распространение проспекта эмиссии, меморандума, форм заявок, саму эмиссию акций и ее рекламу.

Именно величина издержек выпуска определяет целесообразность доп. эмиссии акций. Издержки выпуска делятся на административные (оплата труда профессионалов, регистрационный сбор эмиссионного проспекта, печать) и дисконт выпуска (разница между ценой эмиссии и текущей рыночной ценой акций).

Очень важно помнить, что дополнительные акции могут размещаться только в пределах объявленных акций, количество которых зафиксировано в Уставе общества. Однако, в Устав при необходимости можно вносить изменения.

Как обыкновенные, так и привилегированные акции могут выпускаться в рамках доп. эмиссии. К выпуску привилегированных акций прибегают АО, стремящиеся сохранить контрольное влияние основной группы владельцев обыкновенных акций или не хотят выпускать облигации, по которым со временем придется выплатить долг. Тем не менее, следует учитывать повышающуюся финансовую нагрузку на прибыль, связанную с выплатой фиксированных дивидендов.

Главная проблема при мобилизации средств путем выпуска акций заключается в том, что при заранее известном объеме необходимых инвестиционных ресурсов, нельзя быть точно уверенным, что все акции раскупят или управление компанией в будущем не станет затруднено. Поэтому принимая решение о выпуске, важно определить эмиссионную цену акций, которая устроит как эмитента, так и инвестора, и ожидаемую рыночную цену акции в процессе обращения. На первичном рынке акции размещаются по эмиссионной цене. Рыночная же цена акций зависит от спроса и предложения.

Общество вправе осуществлять размещение дополнительных акций и иных эмиссионных ценных бумаг посредством подписки (для ОАО — открытой и закрытой, ЗАО — только закрытой) и конвертации (обычных акций — в обычные; привилегированных акций, облигаций и иных — в обычные и привилегированные акции).

Размещение посредством закрытой подписки (среди заранее определенного круга лиц) всегда или открытой подписки (среди неограниченного круга лиц, состав которого заранее не известен) обыкновенных акций, составляющих более 25% ранее размещенных обыкновенных акций осуществляется только по решению общего собрания акционеров, принятому большинством в три четверти голосов акционеров [2].

Преимущественное право при дополнительной эмиссии акций возникает у всех акционеров в случае открытой подписки, у голосовавших против и не принимавших участие в голосовании акционеров — при закрытой подписке.

Приобретенные в результате доп. эмиссии акции могут быть оплачены: деньгами, ценными бумагами, имуществом, иными правами, имеющими денежную оценку. При оплате доп. эмиссии акциями других компаний очень важно учитывать зависимость обязательств акционеров от доли в УК компании. Могут возникнуть ситуации, когда компания станет владельцем более чем 30% голосующих акций общества, в таком случае она будет обязана направить публичную оферту владельцам акций соответствующей категории о приобретении у них ценных бумаг (для ОАО). Если она окажется владельцем более 95% голосующих акций, она будет обязана выкупить принадлежащие иным лицам все остальные акции ОАО.

Эмиссия корпоративных облигаций отличается от эмиссии акций, т.к. является способом долгового финансирования предприятия. Поэтому ее следует рассматривать отдельно. «Облигация — эмиссионная ценная бумага, закрепляющая право ее владельца на получение от эмитента облигации в предусмотренный в ней срок ее номинальной стоимости или иного имущественного эквивалента». [1].

Облигации могут быть именными и на предъявителя, бездокументарными и документарными. Номинал облигации может быть твердо зафиксирован или же привязан к какому-либо показателю, например, темпу инфляции или курсу иностранной валюты (фиксированная и плавающая процентные ставки). К последней обычно прибегают, когда цены на продукцию предприятия сильно коррелируют с выбранным показателем. В качестве формы погашения облигаций могут выступать: денежная форма, товарная, форма услуг. Сроки погашения облигаций законодательством не ограничены (т.е. может быть единовременный срок погашения, сериями, с возможностью досрочного погашения). По способу выплат облигации делятся на: дисконтные (номинал), купонные (номинал и проценты) и участвующие (номинал, проценты, участие в прибыли).

Таким образом, очевидно большое преимущество данного метода — предприятие свободно в выборе параметров выпуска облигаций. Оно может спрогнозировать финансовые результаты своей деятельности во времени и в зависимости от них определить срок погашения, форму погашения, а так же объем и процентную ставку.

В качестве других положительных сторон эмиссии облигаций как способа мобилизации инвестиционных ресурсов можно выделить следующие:

- возможность мобилизовывать значительные объемы денежных средств

- отсутствие угрозы потери контроля над предприятием (случай с акциями), вмешательства инвесторов в управление деятельностью организации;

- проценты по облигациям уменьшают налогооблагаемую базу (в то время как дивиденды не уменьшают).

- более низкие ставки по сравнению с банковским кредитом;

В качестве негативных последствий эмиссии облигаций могут выступать:

- выпускаются на срок, по истечении которого должны быть погашены;

- облигации реализуются труднее, чем акции.

Но все же у данного метода есть и некоторые ограничения. Например, АО могут выпускать облигации на сумму не более 25% уставного фонда и только после оплаты всех уже выпущенных акций. Номинальная стоимость выпущенных бумаг так же, как и в случае с акциями не должна быть выше номинала уставного капитала АО.

Для повышения безопасности инвестора существует несколько способов обеспечения исполнения обязательств по облигациям: залог; поручительство; банковская, государственная, муниципальная гарантии. Любой вид обеспечения потребует от предприятия дополнительных затрат. Поэтому в некоторых случаях более выгодной оказывается мобилизация денежных средств путем эмиссии, не подкрепленной дополнительными обязательствами [4,244].

В случае с облигациями, особое значение имеет информационная открытость предприятия. Так инвесторы могут самостоятельно оценить финансовое состояние предприятия и быть уверенными в получении своих средств по истечении срока действия облигации.

Считается, что облигационные займы наиболее эффективны для предприятий, характеризующихся высокими темпами роста, но низкой долей рынка.

Таким образом, в современных условиях нехватки инвестиционных ресурсов, решением существующей проблемы может стать эмиссия ценных бумаг. В России существует несколько видов эмиссионных ценных бумаг, однако, основная масса инвестиционных ресурсов мобилизуется за счет акций и облигации. Именно на фондовом рынке предприятие может на выгодных условиях получить в распоряжение деньги на длительный срок или бессрочно. Однако, здесь не все просто. Главной сложностью для эмитента является правильный выбор ценной бумаги для эмиссии и определение параметров ее выпуска. Существует большое множество тонкостей и факторов, определяющих правильность выбора. Это делает данный способ мобилизации финансовых ресурсов отчасти рискованным, отчасти сложным, но в то же время особенно интересным и достаточно эффективным.

Литература:

1. Федеральный закон от 22.04.1996 N 39-ФЗ «О рынке ценных бумаг» N 39-ФЗ. Глава 1. Статья 2.
2. Федеральный закон от 26.12.1995 N° 208-ФЗ «Об акционерных обществах»,

3. Лахметкина, Н.И. «Инвестиционная стратегия предприятия: учебное пособие»/ — 4-е изд., перераб. и доп. — М.: КНОРУС, 2008. — 184 стр.
4. «Инвестиции»: учебник / колл. авторов; под ред. Г.П. Подшиваленко. — М.: КНОРУС, 2009. — 484 стр.
5. Розенберг Дж.М. «Инвестиции: Терминологический словарь» /Пер. с англ. А. М. Волковой, А. В. Щедрина. — М., 1997. — 400 стр.
6. Шеремет, В.В., В.М. Павлюченко, В.Д. Шапиро. «Управление инвестициями. Справочное пособие для специалистов и предпринимателей»/Под общ. ред. В.В. Шеремета. — М.: Высшая школа, 1998. — 497 стр.
7. Шеряй, К.И., диссертация на тему: «Формирование и эффективность использования инвестиционных ресурсов на предприятиях нефтедобычи» Москва — 2011. 160 стр.

Предпосылки развития предпринимательства в сфере жилищно-коммунального хозяйства г. Санкт-Петербурга

Рослова Ирина Сергеевна, аспирант
Санкт-Петербургский университет управления и экономики

Радикальная перестройка системы управления экономикой — одно из важнейших направлений программы реформ, проводимых в Российской Федерации. В последние годы эта проблема приобрела особое значение для социально-экономического развития территорий и, в первую очередь, для отраслей экономики, обеспечивающих жизнедеятельность населения, важнейшей среди которых является жилищно-коммунальный комплекс (ЖКК) [2]. Однако в настоящее время в жилищно-коммунальном хозяйстве (ЖКХ) страны накопился ряд противоречий, которые требуют незамедлительного решения: высокая фондоемкость и низкая производительность труда; рост тарифов на жилищно-коммунальные услуги (ЖКУ) и ухудшение финансового состояния предприятий; высокая степень износа основных фондов, стагнация структурного развития сферы ЖКХ и опережающая динамика развития предпринимательской среды хозяйства страны в целом; пассивность населения и необходимость модернизации системы управления жилищным фондом; развитие рыночных отношений и устаревшая нормативно-правовая база ЖКХ [3].

В настоящее время ученые-экономисты отмечают, что формирование условий для развития предпринимательства в ЖКХ позволит ускорить реформационные процессы, будет способствовать эффективному функционированию рыночных механизмов в отрасли и повышению качества жилищно-коммунальных услуг.

Можно констатировать, что предпосылки развития предпринимательства в сфере жилищно-коммунального комплекса мегаполиса, несмотря на всю сложность ситуации, существуют и состоят в следующем:

активно происходит процесс приватизации государственной и муниципальной собственности;

оформляется нормативно-правовая база в сфере деятельности предпринимательских структур ЖКК как мегаполиса, так и страны в целом;

в качестве субъектов рынка ЖКУ формируются предпринимательские структуры в формате государственно-частного партнерства;

сформирована инфраструктура поддержки предпринимательства, как на региональном, так и на уровне страны в целом;

в качестве субъектов рынка ЖКУ появляются новые частные структуры в форме субъектов малого и среднего предпринимательства: товарищества собственников жилья, управляющие, эксплуатирующие и обслуживающие организации и их объединения;

формируются и развиваются конкурентные отношения среди субъектов рынка ЖКУ;

активизируется роль населения как собственника жилья и субъекта рынка ЖКУ;

проблемы поддержки и развития предпринимательства в экономике и сфере ЖКХ открыто обсуждаются в СМИ и на интернет-порталах.

В условиях наличия конфликта интересов государства, предприятий-монополистов, управляющих и обслуживающих организаций и собственников жилья — основным принципом государственного регулирования развития рынка ЖКУ является поддержание баланса экономических интересов всех участников рынка. Этот и другие принципы государственного регулирования рынка ЖКУ играют важную роль в построении рыночных отношений и реформировании сферы ЖКХ.

Принципы государственного регулирования рынка ЖКУ представлены в таблице 1.

Предпринимательство в сфере ЖКК представляет собой экономическую деятельность, осуществляемую субъектами рыночных отношений в целях удовлетворения потребности общества в услугах, получения предпринимательского дохода, необходимого для саморазвития и выполнения финансовых обязанностей перед бюджетами и другими хозяйствующими субъектами.

Таблица 1. Основные принципы государственного регулирования рынка жилищно-коммунальных услуг [1]

№ п/п	Принципы	Содержание принципа
1	Сбалансированность интересов	Направленность на соблюдение баланса экономических интересов государства, предприятий-монополистов, управляющих и обслуживающих организаций, собственников жилья и их организаций.
2	Социальная направленность	Направленность на обеспечение комфортных условий проживания граждан, обеспечение безопасности жизнедеятельности населения, предоставление жилищно-коммунальных услуг в установленные сроки при соблюдении надлежащих объемов и качестве, содержание общего имущества многоквартирного дома и прилегающих территорий в должном состоянии.
3	Защищенность бизнеса	Обеспечение защищенности бизнеса в условиях перехода к рыночным отношениям в сфере ЖКХ.
4	Защищенность населения	Обеспечение социальной защищенности населения в период реформирования ЖКХ: регулирование должно базироваться на дифференцированности оплаты жилищно-коммунальных услуг населением на период перехода к рыночным отношениям.
5	Правовая обеспеченность	Обеспечение соответствия нормативно-правовой базы сферы ЖКХ проводимым реформам.
6	Развитие конкуренции	Формирование конкурентных условий на рынке ЖКХ.
7	Прозрачность тарифной политики	Формирование прозрачной тарифной политики.
8	Централизация решений	Централизация процесса принятия стратегических решений по реформированию сферы ЖКХ.
9	Децентрализация ответственности	Децентрализация ответственности за реализуемые решения по уровням управления жилищно-коммунальным комплексом.
10	Минимизация рисков	Минимизация политических, экономических и социальных рисков от реализации внедряемых государственных программ и национальных проектов для государства в целом, бизнеса и населения.
11	Исполнение обязательств	Безусловное выполнение бюджетных и других обязательств, взятых на себя государством перед участниками хозяйственной деятельности в сфере ЖКХ.
12	Защищенность прав собственности на жилье	Развитие частной собственности на жилье во всех ее формах и гарантированность прав этой собственности.
13	Государственная поддержка	Формирование системы государственной поддержки малого и среднего предпринимательства в сфере ЖКХ.

Функционирующие в настоящее время предпринимательские структуры жилищно-коммунального комплекса, отличающиеся как взаимозависимостью, так и достаточной автономностью и большим разнообразием, подразделяются на три группы.

Первая группа включает ресурсоснабжающие предприятия и организации, производящие материальную продукцию, а именно — воду, тепло, электроэнергию, производство и потребление которых либо совпадают во времени, либо следуют друг за другом, в связи с чем предприятия не могут накапливать продукцию и должны производить ее именно столько, сколько требуется в текущий период.

Ко второй группе относятся управляющие жилищные организации, подрядные ремонтно-строительные и эксплуатационные предприятия и компании.

К третьей группе относятся предприятия мультисервиса и организации, выполняющие работы по внешнему благоустройству, озеленению, сбору и утилизации ТБО.

Предпринимательство в сфере ЖКХ представляет собой экономическую деятельность, осуществляемую

субъектами рыночных отношений в целях удовлетворения потребности общества в услугах, получения предпринимательского дохода, необходимого для саморазвития и выполнения финансовых обязанностей перед бюджетом и другими хозяйствующими субъектами.

Развитие предпринимательства в сфере ЖКХ г. Санкт-Петербург во многом обусловлено появлением бизнес-структур в виде управляющих компаний по обслуживанию жилого фонда, а также удельным весом ветхого и аварийного жилья в общей площади жилого фонда. (Рисунок 2).

Дальнейшее развитие сферы ЖКХ Санкт-Петербурга, по нашему мнению, затруднено в настоящее время по ряду объективных и субъективных причин, и в первую очередь высокой фондоемкостью, значительным износом основных фондов, низкой производительностью труда, а также ростом тарифов на жилищно-коммунальные услуги и ухудшением финансового состояния предприятий в целом.



Рис. 1. Формы, цели и функции предпринимательства в ЖКХ

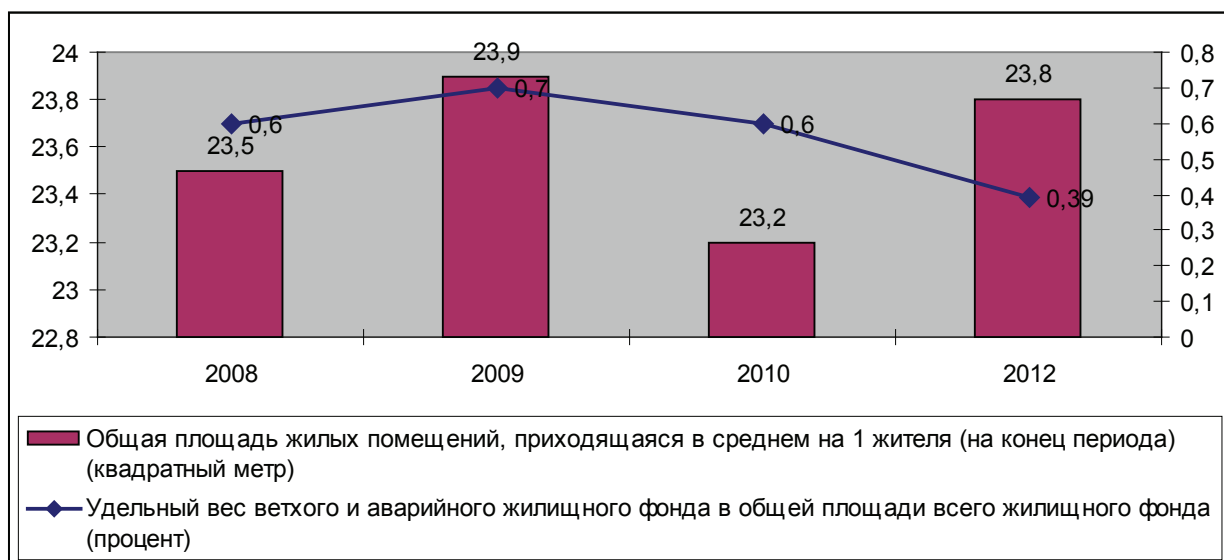


Рис. 2. Динамика обеспеченности жильем и удельный вес аварийного жилого фонда г. Санкт-Петербург в 2013 г.

Литература:

1. Зарипова, Д. А. Задачи управления сферой жилищно-коммунального хозяйства в повышении потенциала устойчивого развития экономики города // Науч. жизнь. — 2011. — № 5. — с. 85–88.
2. Кирсанов, С. Направления перехода к устойчивому функционированию системы предоставления жилищных и коммунальных услуг // Самоуправление. — 2011. — № 10. — с. 26–28.
3. Черняк, В. З. Жилищно-коммунальное хозяйство: развитие, управление, экономика [Электронный ресурс]: электрон. учебник, презентации (анимация, звук), пробные тренировочные тесты, контрольные тесты, словарь терминов, персоналии. — Электронные данные. — М.: КноРус: Книж. индустрия, 2011. — 1 электронный оптический диск (CD-ROM)
4. Юматов, А. С. Проблемы формирования основных направлений развития жилищно-коммунального хозяйства города в Российской Федерации // Интеллект. Инновации. Инвестиции. — 2012. — № 5–1. — с. 51–54.

Особенности использования концепции маркетинга в управлении предприятиями Республики Беларусь

Руткевич Евгений Владимирович, магистрант
Минский университет управления (Республика Беларусь)

В настоящее время маркетинг является важным элементом стратегического управления фирмой, действующей как на внутреннем, так и на международном рынках. Маркетинг признан во всем мире в качестве эффективного инструмента разработки и продвижения на рынок конкурентоспособной продукции, расширения сбыта, привлечения инвестиций и, в конечном счете, роста прибыли предприятия.

В белорусской экономике зарождение и развитие маркетинга прошло свою историю. Отдельные элементы маркетинга использовались в Беларуси, как составной части Российской Империи уже 1880–1917 годах [8]. В частности, предприниматели делали печатную и настенную рекламу, много участвовали в промышленных выставках и ярмарках, в том числе и в международных выставках. В Беларуси широко практиковалось меценатство предпринимателей по отношению к социальной сфере, учреждениям культуры. Белорусские предприниматели проводили гибкую ценовую политику, использовали различные элементы стимулирования сбыта. В Беларуси была развита индустрия средств упаковки.

Маркетинг как целостная система начал зарождение в отечественной экономике лишь в период реформ М. С. Горбачева в 1985–1986 годах с переходом страны от плановой экономики к рыночной и появлением кооперативов. При административно-командной системе, централизованном планировании, государственном регулировании цен и номенклатуры выпускаемых продуктов на отечественных рынках наблюдался дефицит, который лишал покупателей возможности сравнивать и выбирать товары и услуги. Именно в период зарождения рыночных отношений с появлением на рынке конкурирующих фирм началось постепенное снижение дефицита товаров и поя-

вились объективные предпосылки для зарождения и развития маркетинга.

С 1986 по 2001 г.г. маркетинг в отечественной экономике прошел четыре стадии своего развития, сходные с концепциями американского маркетинга, но имеющие свою специфику:

1 этап (1986–1988 г.г.). Зарождение маркетинга (маркетинг производителя). На ранней стадии развития рыночных отношений спрос на товары, после длительного периода дефицита, превышал предложение. Поэтому на данном этапе основной целью работы предприятия было сбыть продукцию, которую оно производило. С этой целью в организационной структуре крупных и средних предприятий появляется новая структурная единица — служба маркетинга, главной задачей работы которой было найти рынки сбыта продукции.

2 этап (вторая половина 1988 г.— начало 1990 г.). Становление маркетинга (маркетинг потребителя). По мере насыщения рынка продукцией и появления конкуренции отечественные товаропроизводители должны были не только производить товар, но и учитывать при его создании потребности покупателей. Перед службой маркетинга появляется новая задача — уметь влиять на потребности потребителей. В это время появляются первые виды коммерческой рекламы. Следует отметить, что служащие маркетинговых служб предприятий использовали лишь отдельные приемы и методы маркетинговой работы, взятые из практики зарубежных фирм, и не всегда могли адаптировать их к белорусским условиям. Развитие теории и практики маркетинга в Беларуси было почти прервано в начале 1990-ых годов в связи с дефицитом практически всех товаров народного потребления и последовавшим затем ростом цен и резким падением по-

купательной способности населения и бизнеса. Ситуация частично стабилизировалась лишь к началу 2000 года.

3 этап (1991–2000 г.г.). Развитие маркетинга (управленческий маркетинг). По мере роста конкуренции на рынке, задачи маркетинговых служб предприятий усложняются. Они должны изучать рынок, проводить сегментацию рынка, анализировать нужды и запросы покупателей и в рамках очерченного целевого рынка стремиться их удовлетворить. Все это вызывало необходимость изучения полного комплекса маркетинга уже давно применяемого европейскими и американскими фирмами в своей повседневной работе. С этой целью в Беларуси появляются первые государственные и коммерческие учебные заведения экономического профиля, осуществляющие подготовку специалистов в области маркетинга.

4 этап (2000 — по настоящее время). Маркетинг — как стиль жизни фирмы (социальный маркетинг). С 2001 года маркетинг становится неотъемлемой системой управления организациям. План маркетинга является основным разделом плана стратегического развития предприятия, бизнес-плана, плана финансового оздоровления, плана внешнего управления [1].

Для четырех вышеперечисленных этапов можно выделить следующие особенности использования концепции маркетинга в управлении предприятиями Республики Беларусь:

1. Наиболее полно концепцию маркетинга реализуют крупные предприятия (Минский тракторный завод, МАЗ, Минский моторный завод, БМЗ) и предприятия, изготавливающие потребительские товары (АО «Крыница», СП «Санта-Бремор», ОАО «Витязь», ОАО «Миллавица»). Многие предприятия успешно реализуют отдельные элементы концепции маркетинга.

2. Одной из самых актуальных проблем маркетинга в Республике Беларусь в настоящее время является проблема создания работоспособных, эффективных служб маркетинга на предприятиях. На ряде предприятий службы маркетинга созданы формально. Это происходит из-за наделения службы маркетинга несвойственными ей функциями. В основном, службе маркетинга передают функции службы продаж, финансового планирования, логистики, снабжения, организации культурной работы и отдыха.

3. Большая часть предприятий Республики Беларусь занимаются прямым маркетингом, активно рекламируют свои товары и услуги посредством СМИ.

4. Большинство белорусских производителей ограничиваются созданием сайта и размещением информации на тематических отраслевых промышленных порталах, пренебрегая поисковой оптимизацией и другими возможностями сетевого продвижения (практически не используют возможности интернет-маркетинга).

5. Не развитыми остаются такие инструменты управления маркетинговой деятельностью как аутсорсинг, аутстаффинг, краудсорсинг.

Существует широкий спектр возможностей для реализации концепции маркетинга на предприя-

тиях в условиях конвергентной экономики. Основными из них являются внедрение организационных, маркетинговых и технологических инноваций:

1. Внедрение организационных инноваций: разработка и реализация новой корпоративной стратегии; разработку и внедрение новых организационных структур (создание специализированных подразделений по проведению научных исследований и разработок; технологических и инжиниринговых центров, малых инновационных фирм); нововведения в использовании режима рабочего времени; применение современных систем контроля качества, сертификации товаров, работ, услуг; внедрение современных систем логистики и поставок сырья, материалов, комплектующих («точно в срок» и т.п.); внедрение корпоративных систем управления знаниями; реализацию мер по развитию персонала (организация корпоративного, индивидуального обучения, повышение квалификации персонала); реализацию новых форм стратегических альянсов, партнерств и иных видов кооперационных связей с контрагентами; передачу ряда функций и бизнес-процессов специализированному подрядчику (аутсорсинг и аутстаффинг); внедрение современных методов управления организацией на основе использования информационных технологий (автоматизация маркетинговых, экономических, трудовых отношений с использованием СЕМ; CRM; EAM; HRM систем); автоматизация бизнес-процессов (внедрение ВМР — систем; например, Bussines studio) [12].

Внедрение информационных технологий в работу современного предприятия может происходить на основе формирования следующих инновационных модулей:

— информационные решения, касающиеся производственного продукта — PLM / PDM, CAD / CAM / CAE, EDA, визуализация, управление формулами и т.п.;

— управляющие решения, касающиеся цепочек поставок — SCM, APS, управление спросом, CRM, управление цепочками поставок;

— информационные решения, затрагивающие производство и технологические процессы — MES, оптимизация процессов, EAM / CMMS, SCADA, CAPP, PLC, DCS, OSC, Autoid, Test, LIMS, SPC / SQS, менеджмент качества, DNS, управление персоналом и т.п.;

— исполнительные решения по выполнению требований нормативных документов — организация документооборота, организация охраны труда;

— управляющие решения по дистрибуции и логистике — управление логистикой, WMS, TMS и т.п.;

— информационные решения, касающиеся финансовой сферы — ERP, бухгалтерский учет, управление затратами, управление прибылями и т.п.;

— универсальные решения, затрагивающие общие вопросы — SCRM, XRM, EAI, рабочий процесс, бизнес-аналитика, и т.д.

Основные стратегические решения, приведенные выше, в разных предприятиях могут использоваться в различных комбинациях для автоматизации индивидуальных бизнес-процессов.

Аутсорсинг — это передача ранее самостоятельно реализуемых компанией функций внешней компании-исполнителю, специализирующейся на реализации таких функций (например, транспортные, бухгалтерские, юридические услуги и т.д.). **Аутстаффинг** предполагает передачу не функций, а конкретных работающих в компании сотрудников. При этом эти сотрудники оформляются в штат сторонней организации, а фактически работают на прежнем месте и выполняют прежние функции.

В отличие от услуг сервиса и поддержки, имеющих эпизодический характер, на аутсорсинг передаются обычно функции по профессиональной поддержке бесперебойной работоспособности инфраструктуры на основе длительного контракта (не менее 1 года).

Главным источником выгоды от использования аутсорсинга и аутстаффинга является возможность освободить соответствующие организационные, финансовые и человеческие ресурсы, чтобы развивать новые направления производственной деятельности.

Распространённым примером аутсорсинга бизнес-процессов является аутсорсинг процессов в области управления взаимоотношениями с клиентами. **Система управления взаимоотношениями с клиентами** (англ. **CRM**) — прикладное программное обеспечение для организаций, предназначенное для автоматизации стратегий взаимодействия с заказчиками, в частности, для повышения уровня продаж, оптимизации маркетинга и улучшения обслуживания клиентов путём сохранения информации о клиентах, установления и улучшения бизнес-процедур и последующего анализа результатов. Важнейшими задачами, которые решает CRM-проект, являются: сохранение полной истории взаимоотношений с клиентами; управление продажами и проектами; эффективная маркетинговая политика; высококачественное обслуживание клиентов; управление бизнес-процессами.

В Республике Беларусь на сегодняшний день пользователями CRM-систем являются такие компании как ЗАО «Минский Транзитный банк», СООО «ЛУКОЙЛ-Интер-Кард-Бел», ОДО «Бизнес-Информ».

Внедрение СЕМ (Customer Experienced Management) — управления опытом клиента для развития компаний. Основная идея данной концепции состоит в том, что все части организации, например, отдел продаж, бухгалтерия, маркетинговый отдел, производство контактируют с клиентами. В результате у клиентов формируется опыт взаимодействия с компанией. И задача последней — научиться управлять им. Инструмент для управления опытом — это изучение и оценка так называемых точек взаимодействия с клиентом. Когда они изучены, вносятся изменения в рабочие процессы для достижения ожидаемого уровня обслуживания клиентов. Следующий этап — внедрение постоянных исследований по измерению лояльности и удовлетворенности клиентов через определенные промежутки времени. Например, раз в квартал в зависимости от отрасли. Внедрение СЕМ влияет на маркетинговую деятельность. В первую оче-

редь, расширится набор маркетинговых исследований, таких, как сегментация клиентов, определение их ценностей, ожиданий и степени удовлетворенности.

ЕАМ-система (Enterprise Asset Management) — это учетно-управленческое программное обеспечение, позволяющее управлять полным жизненным циклом основных производственных фондов, начиная с закупки оборудования, его монтажа, наладки и введения в эксплуатацию, последующего регламентного обслуживания, разнообразных сервисных и профилактических работ, модернизации, реконструкции, выведения из эксплуатации, списания и утилизации. ЕАМ-системы позволяют согласованно управлять следующими процессами: техническое обслуживание и ремонт; материально-техническое снабжение; управление складскими запасами (запчасти для технического обслуживания); управление финансами, качеством и трудовыми ресурсами в части технического обслуживания, ремонтов и материально-технического обеспечения.

ВРМ (англ. Business Process Management, управление бизнес-процессами) — концепция процессного управления организацией, рассматривающая бизнес-процессы как особые ресурсы предприятия, непрерывно адаптирующиеся к постоянным изменениям.

ВРМ-системы используются в энергетических компаниях, медицинских учреждениях, в промышленности и розничной торговле.

ВРМ не конкурируют с учетными системами, а дополняют их, позволяя повысить их эффективность. Они предоставляют возможность для сквозной интеграции всех других систем, например, CRM, ERP, ЕАМ — систем, т.е. объединяют разные процессы в одно целое и позволяют более эффективно их использовать на основе автоматизации сквозных производственных процессов.

Проблемы недостаточного использования инноваций в деятельности белорусских предприятий носят как объективный, так и субъективный характер. Основные проблемы — субъективные, и, главные из них — директивное управление на предприятиях, низкие качество и эффективность маркетинговых решений, отсутствие долгосрочной стратегии, отсутствие адаптированных к отечественным условиям методов оценки инновационной деятельности предприятий. Для предприятий Республики Беларусь внедрение инноваций является жизненно важной составляющей, которая в настоящее время переживает этап своего становления. Для преодоления отсталости в этой области предприятия должны пройти этап догоняющего развития, т.е. в короткие сроки сократить разрыв с зарубежными конкурентами, которые активно применяют инновационные подходы для повышения конкурентоспособности своей продукции, оптимизации расходов, увеличения прибыли.

2. Внедрение маркетинговых инноваций. В качестве примеров маркетинговых инноваций можно привести следующие: внедрение значительных изменений в дизайн продуктов и услуг (исключая сезонные изме-

нения), упаковку; реализация новой маркетинговой стратегии, ориентированной на расширение состава потребителей или рынков сбыта; применение новых приемов продвижения продуктов (новые рекламные концепции, имидж бренда, методы индивидуализации маркетинга и т.п.); использование новых каналов продаж (прямые продажи, интернет торговля, лицензирование продуктов и услуг); введение новых концепций презентации продуктов в торговле (например, демонстрационные салоны, веб-сайты и др.); использование новых стратегий при продаже продуктов и услуг (применение маркетинговых информационных систем).

Маркетинговая информационная система (МИС) состоит из совокупности трудовых ресурсов, программных средств и хозяйственно-экономических данных предприятия. Основная цель — повышение эффективности принятия маркетинговых решений персоналом предприятия. В теории маркетинга рассматриваются четыре основные концепции рыночной ориентации компании. Производственно-ориентированная и продукто-ориентированная концепции утверждают, что компания будет иметь успех, если ее товар обладает наивысшим качеством и наименьшей ценой. Две другие (ориентированность на продажи и концепция маркетинга) основываются на том, что фирма должна вести агрессивную политику продаж, постоянно изучать потребности целевых рынков и удовлетворять их на более высоком уровне, чем конкуренты. Данные концепции на современном этапе развития бизнеса пользуются наибольшей популярностью. Наиболее прогрессивной тенденцией является кастомизация — маркетинговая политика, при которой фирма пытается определить нужды каждого клиента, его индивидуальные предпочтения и предложить ему уникальный продукт. Однако ориентация фирмы только на одну из четырех концепций не приводит к успеху. В идеальном случае компания должна учитывать все концепции маркетинга, что невозможно без применения современных информационных технологий.

Основные этапы моделирования функционирования МИС на товарном рынке предполагают:

1. Выявление потребностей рынка. Общая характеристика рынка: оценка инфраструктуры товарного рынка, продуктовые границы, географические границы, субъекты рынка, товарные ресурсы, доля предприятия на рынке.

2. Определение концентрации контрагентов на товарном рынке: численность поставщиков, их доля, оценка монополизации и конкуренции.

3. Декомпозиция бизнес-процессов. Установление бизнес-процессов, которые будут автоматизированы после внедрения МИС.

4. Формирование стратегии внедрения МИС. Определение необходимого количества ресурсов для внедрения и функционирования МИС.

5. Реализация стратегии МИС (внешние преимущества: управление инфраструктурой предприятия, консал-

тинг, аутсорсинг, инвестирование, повышение квалификации персонала; внутренние преимущества: сокращение затрат, оптимизация бизнес-процессов, мотивация персонала и др.).

6. Оценка деятельности МИС. Расчет показателей экономической эффективности и эффекта от проекта внедрения МИС (абсолютные показатели: чистый дисконтированный доход, срок окупаемости; относительные: внутренняя норма доходности, индекс рентабельности).

Модель функционирования МИС на товарном рынке создает основу для решения ряда актуальных задач субъектов хозяйствования в рыночных условиях. Внедрение данной модели может происходить на разных иерархических ступенях управления: на уровне коммерческого отдела, когда маркетинг выделяется в отдельный вид деятельности; на уровне предприятия (объединения предприятий) маркетинг становится концепцией управления; на уровне региона — маркетинг используется органами власти для привлечения инвестиций и снижения безработицы.

3. Внедрение технологических инноваций. Истоком технологической инновации является новшество (изобретение), и только с его внедрением оно может стать инновацией. Технологически новый продукт (радикальная продуктовая инновация) — это продукт, чьи технологические характеристики (функциональные признаки, конструктивное выполнение, дополнительные операции, а также состав используемых материалов и компонентов) или предполагаемое использование принципиально новые либо существенно отличаются от аналогичных ранее производимых продуктов. Такие инновации могут быть основаны на принципиально новых технологиях или на сочетании существующих технологий в новом их применении (в том числе на использовании результатов исследований и разработок). Примером инноваций радикального типа (принципиально новых) служат микропроцессоры.

На основе вышеизложенных этапов, особенностей и возможностей использования концепции маркетинга в управлении предприятиями Республики Беларусь можно сделать следующие выводы. Для дальнейшего совершенствования использования концепции маркетинга для белорусских предприятий целесообразно:

1. При работе на внутреннем рынке включить в состав комплекса маркетинга две составляющие: «**philosophy**» (корпоративная философия) и «**process**» (бизнес-процессы), что позволит сохранить удобную для запоминания форму и представить концепцию «marketing-mix» в виде комплекса «7Р».

2. Выход на внешний рынок, а также усиление позиций на нем вызывает потребность в понимании механизмов поведения покупателей и посредников, действий конкурентов и государственных организаций, что становится возможным благодаря бенчмаркетингу. Соответственно организациям, работающим на экспорт целесообразно использовать данный инструмент в своей маркетинговой практике.

Реализация первого направления (расширение комплекса маркетинга) позволит получить ответ на следующие актуальные вопросы:

— Какими должны быть корпоративная философия и корпоративная культура на предприятии, чтобы руководство могло создать команду профессионалов, ориентированную на достижение стратегических целей предприятия?

— Как наилучшим образом организовать бизнес-процессы на предприятии (в технологическом, организационном, коммерческом разрезах), чтобы они не только заимствовали лучшие достижения конкурирующих структур, но и смогли быть задействованы при реализации маркетинговой политики и позволяли бы ориентировать всю деятельность предприятия на решение проблем потребителя наиболее привлекательным для него способом.

Рассмотрение корпоративной философии и бизнес-процессов для обеспечения конкурентоспособности предприятия как основных элементов маркетинговой политики позволяет, на мой взгляд, расширить широко используемое в зарубежной и отечественной практике понятие комплекс маркетинга «marketing-mix» и дополнить его новыми составляющими.

Предложенный подход является универсальным. Он позволяет в наиболее доступной и понятной форме получить представление о ключевых и взаимосвязанных направлениях маркетинговой политики и, благодаря его использованию, ориентировать организацию как бизнес-систему на предпринимательский тип стратегического управления, позволяющий обеспечить крутую экспоненту его эффективного развития.

Предлагаемый комплекс маркетинга «7P» представлен на рисунке 1.

С точки зрения практического внедрения, данная модель обращает внимание на три аспекта: во-первых, она показывает тесное взаимодействие между организацией и рынком, так как невнимание даже к одному какому-либо компоненту из этого комплекса способно привести организацию к серьезной неудаче на рынке; во-вторых, она показывает, сколь важен комплексный и системный подход к организации маркетинговой политики на предприятии, позволяющий обеспечить ему принципиальную возмож-

ность к адаптации с учетом изменения условий рыночной конъюнктуры; и, в-третьих, она позволяет понять ошибочность существующего у отдельных руководителей на многих белорусских предприятиях мнения, что лишь отдельные элементы маркетинга могут представлять интерес с точки зрения возможности их использования в практической деятельности.

Реализация второго направления (бенчмаркетинга) позволит повысить эффективность производства за счет выявления и внедрения лучших достижений передовых технологий. Эти бизнес-технологии необходимо использовать как инструмент маркетинга для управления качеством. Они должны стимулировать инициативу и предприимчивость персонала и обеспечить за счет постоянного мониторинга конкурентоспособности своевременную адаптацию предприятия к возможным изменениям рыночной конъюнктуры. Концепция бенчмаркетинга может быть представлена с выделением его основных направлений и задач в виде, представленном на рисунке 2.

Особо остро необходимость в использовании бенчмаркетинга возникла при планировании работы белорусских фирм на зарубежных рынках. Выход на внешний рынок, а также усиление позиций на нем вызывает потребность в понимании механизмов поведения покупателей и посредников, действий конкурентов и государственных организаций, что становится возможным благодаря бенчмаркетингу. В условиях развития интеграционных процессов, формирования ЕЭП, кооперации и глобализации мировой экономики бенчмаркетинг представляет собой самостоятельную область исследования.

На основе вышеизложенного можно сделать следующие выводы:

1. Традиционный подход к эволюции концепций маркетинга представлять, как эволюцию концепций управления организациями. Необходимо дополнить интегрированный маркетинг положениями внутреннего маркетинга. Структурировать и дополнить известные подходы об эволюции концепций маркетинга новыми представлениями о стоимостном и холистическом маркетинге.

2. Следует отметить, что показатели, отражающие элементы коммерческого потенциала, взаимосвязаны и характеризуют весь комплекс возможностей, имею-

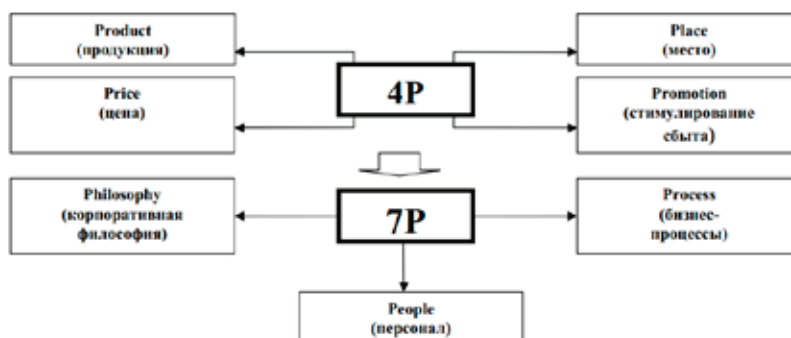


Рис. 1. Комплекс маркетинга «7P»



Рис. 2. Концепция бенчмаркетинга

щихся у организации. Поэтому их анализ и оценка должны проводиться интегрально с учетом специфики анализируемого предприятия.

3. В настоящее время на белорусских предприятиях маркетинг принято рассматривать: во-первых, как составную часть общей системы управления деятельностью предприятия, направленной на удовлетворение потребностей покупателей и потребителей; во-вторых, как средство обеспечения преимуществ в удовлетворении запросов потребителей (по сравнению с конкурентами); в-третьих, как метод принятия лучших управленческих

решений в процессе осуществления предпринимательской деятельности. Использовать маркетинг — значит реализовать системный подход в управленческой деятельности предприятия.

4. Для дальнейшего совершенствования использования концепции маркетинга для белорусских предприятий целесообразно включить в состав комплекса маркетинга две составляющие: «**philosophy**» (корпоративная философия) и «**process**» (бизнес-процессы). Выход на внешний рынок целесообразно усилить, используя бенчмаркетинг.

Литература:

1. Акулич, И. Л. Международный маркетинг. Учеб. пос. — Минск: Изд-во Вышэйшая школа, 2006. — 510 с.
2. Акулич, И. Л., Герчиков И. З. Маркетинг. Учеб. пос. — Минск: Изд-во Интерпрессервис, Мисанта, 2003. — 362 с.
3. Амблер, Т. Практический маркетинг / Под ред. Ю. Н. Каптуревского. — СПб: Питер, 2001. — 400 с.
4. Арсенов, В. В. Инновационная деятельность предприятий: учебно-метод. пособие / В. В. Арсенов. — Мн.: Акад. Упр. при Президенте Респ. Беларусь, 2006. — 168 с.
5. Ассэль Гэнри. Маркетинг: принципы и стратегии: Учебник для вузов. Москва: Изд-во Инфра — М, 2004. — 804 с.
6. Багиев, Г. Л., Тарасевич В. М., Анн Х. Маркетинг: Учебник для вузов; Под ред. Багиева Г. Л. Москва: Изд-во Экономика, 2002. — 703 с.
7. Богатова, Е. В. Инновации как фактор экономической динамики в теориях цикла и социально-экономических концепциях. Известия российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. № 103. 2009. — С. 41–47.
8. Бухалгов, М. И. Внутрифирменное планирование. — Изд-во «Инфра-М», 2000.
9. В. А. Вишняков, Информационный менеджмент В 8ч. Ч. 4. Основы электронного бизнеса и коммерции Учеб. — метод. Комплекс по дисциплинам «Основы электронного бизнеса / Минский ин-т управления. — Минск. Изд-во МИУ, 2004. — 152с.
10. Вопросы и опыт маркетинговой деятельности предприятий // Актуальные проблемы экономики: Материалы науч. — практ. конф.: В 2-х ч. Ч. 1 / Под ред. Н. С. Недашковой. Минск: БГЭУ, 2004. — 103 с.
11. Гильманова, Р. И. Методы оценки экономической эффективности инноваций с учетом их жизненного цикла. Управление экономическими системами. № 28. 2011 — С. 3–12.
12. Голубев, А. А. Экономика и управление инновационной деятельностью: Учебное пособие. — СПб: СПбГУ ИТМО, 2012. — 119 с.

Роль и значение малого бизнеса и частного предпринимательства в современных условиях

Сатторкулов Обидкул Турдикулович, кандидат экономических наук, доцент;
Обидов Расул Абдулхаевич, преподаватель;
Турдикулова Шахида Обидкуловна, студент
Гулистанский государственный университет (Узбекистан)

С о дня провозглашения независимости нашей страной проводятся масштабные реформы и мероприятия для всестороннего развития малого бизнеса и частного предпринимательства.

Свидетельством прогрессивных изменений структуры нашей экономики является все возрастающая в ней роль малого бизнеса и частного предпринимательства. Только в истекшем году открыли свое дело свыше 26 тысяч субъектов малого бизнеса, а общее количество действующих предприятий этого сектора составило на конец года 190 тысяч. Сегодня в этой сфере создается около 55,8 процента валового внутреннего продукта против 31 процента в 2000 году. На долю малого бизнеса в настоящее время приходится 23 процента всего объема производимой промышленной продукции, практически весь объем рыночных услуг, 18 процентов экспорта продукции, 75 процентов всех занятых в отраслях экономики. Как видим, несмотря на свои малые формы, этот бизнес играет все большую роль в устойчивом развитии нашей экономики, решении проблем трудовой занятости и росте благосостояния нашего народа. [1, с.2]

Социальная значимость малого бизнеса определяется массовостью группы мелких собственников — владельцев малых предприятий и их наёмных работников, общая численность которых является одной из наиболее существенных качественных характеристик экономики Узбекистана. Именно эта группа деятельного населения обслуживает основную массу потребителей, производя комплекс продуктов и услуг в соответствии с быстро изменяющимися требованиями рынка. Развитие малого предпринимательства Узбекистана способствует постепенному созданию широкого слоя мелких собственников, самостоятельно обеспечивающих собственное благосостояние и достойный уровень жизни, является основой социально-экономических реформ.

Объективно неизбежная реструктуризация экономики вынуждает все большее число граждан заняться самостоятельной предпринимательской деятельностью. Сектор малого предпринимательства способен создавать новые рабочие места, а, следовательно, может обеспечить снижение уровня безработицы, что очень важно для Узбекистана. В результате реализации региональных программ создания рабочих мест и обеспечения занятости населения в 2013 году было трудоустроено около 970 тысяч человек, из них свыше 60,3 процента — в сельской местности. В том числе за счет развития малых предприятий, микрофирм и индивидуального предпринимательства со-

здано более 480 тысяч рабочих мест, за счет расширения надомного труда — более 210 тысяч. [1, с.2]

Массовое развитие малых предприятий способствует изменению общественной психологии и жизненных ориентиров основной массы населения, является единственной альтернативой социальному иждивенчеству. Существенная роль малого предпринимательства в экономической жизни Узбекистана определяется тем, что в этом секторе экономики действует подавляющее большинство предприятий, в ней сосредоточена большая часть экономически активного населения. Сектор малого бизнеса наиболее динамично осваивает новые виды продукции и экономические ниши, развивается в отраслях, непривлекательных для крупного бизнеса и т.п. Важнейшими особенностями малого предпринимательства являются способность к ускоренному освоению инвестиций и высокая оборачиваемость оборотных средств. Еще одной характерной чертой этого сектора является активная инновационная деятельность, способствующая ускоренному развитию различных отраслей хозяйства во всех секторах экономики Узбекистана.

Присущие малому предпринимательству гибкость и высокая приспособляемость к изменчивости рыночной конъюнктуры способствуют стабилизации макроэкономических процессов в стране. Как показал анализ, в Узбекистане, этому сектору свойственны определенная доходность, высокая интенсивность труда, сложности с внедрением новых технологий, ограниченность собственных ресурсов и повышенный риск в конкурентной борьбе. На наш взгляд, целесообразно создать определённую систему, где предусматриваются санкции за явные нарушения либо ненадлежащее исполнение правовых норм. Особую роль в малом предпринимательстве играет контроль над выполнением законодательства и реформирование экономики должно базироваться на полноценном правовом пространстве. При этом в абсолютно равном положении перед судебными и арбитражными инстанциями должны быть все. В Узбекистане разработаны отраслевые и региональные программы приоритетного развития предпринимательства и они успешно реализуются.

В индустриально развитых странах ядром малого предпринимательства выступают не посредники, а руководители малых инновационных фирм, задействованных в высоких наукоёмких технологиях. За рубежом, в первую очередь в США, этот венчурный, рискованный сектор является не только главным двигателем научно — технического

прогресса и основным «мотором» экономики, но и наиболее прибыльной сферой деятельности. Соответственно все наши программы развития малого и частного бизнеса следовало бы жёстче привязать к потенциалу, которым располагает наша страна — реальному сектору, академической и отраслевой науке, строительному комплексу и сфере услуг. Важным фактором создания нового благоприятного инвестиционного климата является нормативно — правовая база, соответствующая мировому опыту и стандартам. Но не менее важен и морально — этический аспект вопроса. Многим нашим предпринимателям следует пересмотреть своё отношение к инвестициям не как к безвозмездному подарку от государства или зарубежного мецената: это капитал, который надо отработать и вернуть с прибылью. Без инвестиций не возможна надёжная работа малого предпринимательства, которая считается наиболее продвинутой в системе рыночных координат. На сегодняшний день одним из ключевых факторов стимулирования частного предпринимательства является расширение льготного кредитования в данной сфере. Только по итогам 2013 года на развитие и стимулирование этого сектора банковская система страны выделила кредитов на сумму около 7 трлн. сумов, что составило 26% от общего объема выданных кредитов. По итогам 2013 года международные финансовые институты, такие как Азиатский банк развития, Всемирный банк, Международная финансовая корпорация, Исламский банк развития, структуры ООН, страны Арабской координационной группы, правительства Южной Кореи, Китая, Германии и США выделили свыше 145 млн. долларов кредитных ресурсов для финансирования малого бизнеса и частного предпринимательства. Также следует особо отметить создание Фонда поддержки экспорта субъектов малого бизнеса и частного предпринимательства при Национальном банке внешнеэкономической деятельности РУ в соответствии с Постановлением Президента Республики Узбекистан от 8 августа 2013 года № ПП-2022 «О дополнительных мерах по поддержке экспорта субъектов малого бизнеса и частного предпринимательства». За период деятельности Фондом оказана практическая помощь 153 субъектам предпринимательства на сумму около 56 млн. долларов.

Также в соответствии с Постановлением Президента Республики Узбекистан от 26 ноября 2010 года № ПП-1438 «О приоритетных направлениях дальнейшего реформирования и повышения устойчивости финансово-банковской системы республики в 2011—2015 годах и достижения высоких международных рейтинговых показателей» было принято решение о проведении комплексных мероприятий, в том числе и расширение объемов кредитования субъектов малого бизнеса и частного предпринимательства в 2011—2015 годах в 2,7 раза, то есть ежегодно на сумму не менее 29—30% к показателю предыдущего года. [2, с.33]

На сегодняшний момент, главный предмет дискуссии — как и за счёт каких средств осуществить программу реструктуризации малого предпринимательства.

Безотлагательное решение требуют проблемы создания стабильной налоговой системы. До тех пор, пока предприниматель не будет иметь чётких законодательных гарантий не появления завтра новых налогов, он будет прятать доходы, занижая тем самым уровень сбора налогов. Однако правительственные инициативы по либерализации налоговой политики, безусловно, заслуживают поддержки. Но эффект они дадут лишь при одновременном проведении реструктуризации долгов и налоговой амнистии. Сегодня много говорится об усовершенствовании инфраструктуры сбора налогов. Мера необходимая, хотя и сопряжённая с немалыми затратами. Есть и обратная сторона медали: предприниматели должны быть уверены в том, что налоги с них взимаются по справедливости, а собранные средства расходуются разумно. Кроме того, нужно понимать, что разумная и справедливая налоговая реформа на первых порах приведёт не к увеличению, а к уменьшению общих доходов казны.

Ничто так не затрудняет деятельность предприятия, как отсутствие систематической, надёжной и полной информации, всесторонне характеризующей конъюнктуру рынков. Сегодня товаропроизводители и торговые посредники вынуждены пользоваться отрывочными данными, почерпнутыми из рекламных материалов. Именно поэтому необходимо создание национальной и региональных информационно — коммерческих сетей и центров, банков информации, которые должны быть обеспечены инструктивными и методическими материалами.

Информационные центры будут концентрировать сведения о реквизитах предприятий и организаций, динамике цен, в том числе о мировых ценах на те, или иные продукции, страховых тарифах, валютных курсах, сроках проведения выставок, ярмарок и аукционов. Это лишь некоторые из мер, поддержки малого предпринимательства, которые могут реально повысить уровень развития последних. Однако не следует забывать, что усилия и действия правительства требует взвешенности и осторожности при практическом осуществлении мер поддержки. В подавляющем своём большинстве предприниматели положительно воспринимают идеи усиления государственного регулирования экономических процессов в нашей стране. При этом главная цель государства — устранение перекосов в развитии рыночной системы хозяйствования, а не реставрация. Нельзя допустить, чтобы все новации свелись к очередной волне регламентации.

В последние годы много сделано в создании необходимых условий и благоприятной среды для развития частного предпринимательства, ведения бизнеса, широкого привлечения в экономику отечественных и иностранных инвестиций. Особое внимание было уделено сфере демократизации и либерализации экономики, созданию эффективных механизмов поддержки малого бизнеса и частного предпринимательства. В соответствии с законами «О разрешительных процедурах в сфере предпринимательской деятельности», «О конкуренции», «О гарантиях свободы предпринимательской деятельности» (в новой редакции) и другими ак-

тами законодательства последовательно сокращались перечень, виды разрешительных процедур, необходимых для ведения предпринимательской деятельности, Достаточно сказать, что только за последние годы отменено свыше 160, или 44 процента, разрешительных процедур, на 19 или 25 процентов, сокращено количество видов деятельности, подлежащих лицензированию. В 1,5–2 раза сокращены формы и периодичность предоставления субъектами предпринимательства статистической, налоговой и финансовой отчетности в государственные органы. Следует отметить, что затраты при прохождении разрешительных процедур для субъектов предпринимательства снижены расчетно в 8 раз, отменена плата за открытие счетов в банках, приняты и другие меры. [3, с.2]

По условиям регистрации бизнеса Узбекистан поднялся на 66 позиций и занимает 21-е место среди 189 стран, включенных в рейтинг, а в сфере кредитования рейтинг вырос на 24 позиции. Однако надо признать, что современное состояние деловой среды и условия ведения бизнеса в Узбекистане в полной мере не отвечают требованиям и принципам свободной рыночной экономики, общепринятым международным нормам. Наши предприниматели по-прежнему сталкиваются с неустойчивым энергоснабжением, неразвитостью производственной и дорожной инфраструктуры в сельской местности, большим количеством проводимых проверок, а также со слабой исполнительской дисциплиной на местах. [1, с.2]

Развитию малому предпринимательству, будет способствовать дальнейшее совершенствование системы налогообложения, повышение контроля по выполнению региональных программ поддержки малого предпринимательства, совершенствование механизмов страхования рисков малого предпринимательства, самофинансирования (кредитные союзы, общества взаимного страхования и др.), широкий доступ малых предприятий к производственным мощностям и имуществу реструктурируемых предприятий, решение организационных проблем взаимодействия малого бизнеса с рынком и государственными структурами, устранение административных барьер на пути развития малого предпринимательства.

Для решения данных проблем необходимо: совершенствование нормативно-правовых актов в сфере налогообложения, государственного контроля и использования государственной собственности, развитие рынка ценных бумаг малых предприятий, создание условий для дальнейшего удешевления кредитных ресурсов, обеспечение гарантийных механизмов кредитно-инвестиционной поддержки малых предприятий, предусматривающих организацию национальной системы гарантирования частных инвестиций в сферу малого бизнеса и их экономическую защиту, широкое участие малых предприятий в поставках продукции для государственных нужд и инвестиционных конкурсах, финансируемых из бюджета развития страны. Тем не менее, отечественный малый бизнес имеет большие перспективы развития, хотя в сравнении с промышленно развитыми странами масштабы развития малого бизнеса, в нашей стране существенно ниже. Это не могло быть иначе, так как по существу на путь рыночных преобразований Узбекистан вступил лишь 23 года назад. Как ведущий сектор рыночной экономики предприятия малого бизнеса определяют темпы экономического роста, структуру и качество валового национального продукта, благодаря чему абсолютное большинство развитых стран всемерно поощряют деятельность малого бизнеса. Данный факт подтверждает, что малый бизнес как новая форма организации общественно необходимого труда отвечает социально-экономическим интересам страны. Эта деятельность в равной степени полезна как для экономики страны в целом, так и для каждого гражданина в отдельности. Предприятия малого бизнеса включают в процесс общественного производства дополнительный труд, который создает новые ценности, приумножает национальный доход и национальное богатство.

Важнейшим приоритетом на протяжении всего независимого развития страны являлось создание благоприятных условий, оказание поддержки развитию малого бизнеса и частного предпринимательства. Малое предпринимательство на всем протяжении становления нового государства стало важным фактором обеспечения занятости и источником стабильных доходов населения.

Литература:

1. Каримов, И. А. 2014 год станет годом развития страны высокими темпами, мобилизации всех возможностей, последовательного продолжения оправдавшей себя стратегии реформ. // Народное слово. № 13, 18.01.2014.
2. Мухторова, Д. Современные тренды на рынке банковских услуг для малого бизнеса. // Рынок, деньги и кредит. № 7. 2014.
3. Каримов, И. А. Наша главная цель — решительное продвижение по пути развития, демократического обновления и модернизации страны. // Народное слово. № 237, 06.12.2014.

Роль промышленности в инновационном развитии и модернизации экономики

Сатторкулов Обидкул Турдикулович, кандидат экономических наук, доцент;

Рахматов Камолиддин Уралович, преподаватель

Гулистанский государственный университет (Узбекистан)

В результате последовательной реализации принятой программы приоритетного развития промышленности в 2011–2015 годах и отраслевых программ по модернизации, техническому и технологическому обновлению производств в структуре промышленности все большее место занимают обрабатывающие отрасли, производящие конкурентоспособную продукцию с высокой добавленной стоимостью. Сегодня эти отрасли производят более 78% промышленной продукции страны. [1, с.2]

Промышленность представляет собой тот тип производства, по образцу которого осуществляется или может осуществляться преобразование всех других отраслей и сфер экономики. Для нее характерны относительно высокий уровень концентрации производства и труда, техники и технологии, применение гибких систем организации и управления производством, использование наиболее квалифицированной части рабочей силы общества, соблюдение режима экономии и т.п. Промышленность оказывает заметное влияние на формирование производственных отношений, развитие и укрепление межотраслевых связей, на весь ход расширенного воспроизводства в стране. Велика роль промышленности в создании новых или дополнительных рабочих мест, повышении уровня занятости населения. Не без участия промышленности достигается стирание существенных различий между городом и деревней, приближение уровня сельской жизни к городским условиям. Благодаря промышленности ускоряются научно-технический прогресс и темпы экономического развития, улучшается благосостояние народа.

В историческом плане промышленности всегда принадлежала ведущая роль в развитии экономики, но она не всегда могла реализовать эту судьбоносную миссию в полной мере и непрерывно. Сложилось так, что наряду с сельским хозяйством в промышленности преобладают в основном отрасли первичной переработки сырья, а отрасли, выпускающие готовую продукцию, в первую очередь товары народного потребления, занимают незначительный удельный вес... Совершенно неудовлетворительно развивались такие трудоемкие прогрессивные отрасли, как электроника, приборостроение, радиотехника, производство сложной бытовой техники и многие другие, которые могли бы лучше и больше занять трудоизбыточное население республики. Неоправданное развитие получили в республике водоемкие и вредные производства. [2, с.24]

Последовательное претворение в жизнь рыночных принципов позволили Узбекистану не только создать

новую экономику, но и приобрести новое «лицо» в мировом сообществе. В экономике произошли серьезные структурные сдвиги, созданы совершенно новые отрасли и производства. Благодаря развитию промышленности, экономика теряет свою былую сырьевую направленность и заметно становится индустриальной, наблюдается тенденция снижения экспорта сырья и рост экспорта готовой продукции с высокой добавленной стоимостью. Растет позитивное влияние промышленности на развитие экономики и благоустройства села. Одновременно растут и обновляются основные фонды и производственные мощности самой промышленности, особенно отраслей, занятых производством современных орудий и предметов труда, что способствует, с одной стороны, развитию и укреплению производственного потенциала промышленности, а с другой — росту производства как промышленных, так и непромышленных товаров и изделий, а также насыщенности ими внутреннего рынка. Из сказанного вытекает, что если избранный республикой путь независимости оказался выверенным и правильным, то разработанная модель экономического развития подтвердила свою практическую состоятельность. Об этих и других достижениях промышленности и всей экономики лучше всего говорят цифры. Если в 2000 году доля промышленности в ВВП составляла всего 14,2%, то в 2013 году этот показатель достиг

24,8%, а в 2014 году по прогнозу 25%. В то же время удельный вес сельскохозяйственного производства сократился с 34 до 17 процентов. [3, с.2]

В 2013 году объем производства промышленной продукции в стране на 8,8% больше против уровня, достигнутого в 2012 году. Надо сказать, что в Узбекистане вопросам структурного обновления, опережающему развитию современных и высокотехнологичных производств с первых же дней независимости уделялось серьезное внимание. Буквально с нуля созданы абсолютно новые отрасли и высокотехнологичные производства, готовая продукция которых занимает сегодня достойное место на мировом рынке. Речь идет об автомобилестроении, включая производство легковых, грузовых и специализированных машин, производство двигателей и основных комплектующих деталей, а также о современном сельхозмашиностроении на основе освоения новых мировых моделей, нефтехимии и нефтегазовой промышленности, производстве железнодорожных вагонов и бытовой электроники, фармацевтике и микробиологии. [3, с.2]

Важно подчеркнуть роль промышленности в улучшении экспортных параметров экономики. Дело в том, что экономическая устойчивость и конкурентоспособность

любой страны, а также ее имидж в мировом сообществе не ограничивается только достигнутым показателем общего роста или прироста промышленного производства. В условиях глобализации и развития мирохозяйственных связей особое значение имеет участие и реализация национальных продуктов на внешних рынках. Во многих случаях именно через продукцию, созданную в той или иной стране, потребительский мир создает к ней **свое отношение и доверие**.

Структурные преобразования, опережающее развитие высокотехнологичных отраслей и производств, нацеленных на дальнейшее повышение конкурентоспособности и укрепление позиций Узбекистана на мировых рынках, является основным приоритетным направлением не только промышленной, но и всей социально-экономической политики, начатой еще с первых дней независимости республики. Речь идет, прежде всего, о таких отраслях промышленности, которые, с одной стороны, обеспечивают диверсификацию производства и выпуск продукции, вызывающей высокий потребительский спрос, а с другой — ориентированы на использование имеющихся в стране богатых источников сырья и ресурсов. Данное условие, являющееся, по сути, основным правилом осуществления производственно-хозяйственной деятельности любого предприятия, служит ориентиром для достижения не только высокой рентабельности производства, но и сокращения импорта товаров, особенно тех, которых можно производить из собственных ресурсов и собственными силами.

Только отказ от устаревших наших производств и предприятий, продукция которых уже сейчас не вызывает никакого интереса на международном, а завтра не будет вызывать и на нашем внутреннем рынке, строительство современных предприятий и высокотехнологичных комплексов — локомотив экономического роста и одновременно последовательная реализация глубоко продуманной и взвешенной программы модернизации базовых отраслей и необходимой инфраструктуры — вот та востребованная, жизненно необходимая сегодня политика которая может и должна для нас надежный выход на мировой рынок экспорта, стабильное финансово-экономическое положение, высокий уровень и качество жизни населения страны. [3, с.2]

Промышленность — фондо создающая отрасль национальной экономики. Создавая машины, оборудование и прочие виды современной техники, она способствует росту фондо- и механовооруженности труда, а также повышению его производительности. Не менее важно то, что изготовление техники новых поколений в сочетании с применением передовых технологий служит основой для организации массового производства, его комплексной механизации и автоматизации. Особая роль и воспроизводственные функции промышленности выводят её на плоскость особого внимания со стороны государства. Модернизация, диверсификация, техническое и технологи-

ческое перевооружение производства — это тот главный путь, по которому сегодня идут почти все отрасли экономики. Со стороны государства принята и уже реализуется Программа «О приоритетах развития промышленности Узбекистана в 2011–2015 годах», которая предусматривает осуществление свыше 500 крупных инвестиционных проектов общей стоимостью около 50 млрд. долларов. Ставится задача обеспечить в ближайшие пять лет темпы роста объемов производства промышленной продукции не менее чем на 60%, увеличить её долю в структуре ВВП — с 24% в 2010 году до 28% в 2015 году. Опережающее развитие с ростом более чем в 2 раза должны получить такие отрасли, как машиностроение и автомобилестроение, химическая, пищевая, фармацевтическая промышленности, промышленность строительных материалов и другие.

Особое внимание в Программе уделено развитию текстильной промышленности, профиль и функционирование которой в большей степени, чем другие отрасли, связано с использованием основного национального продукта — хлопка-сырца. В отрасли должны получить развитие новые современные текстильные комплексы с законченным циклом производства конкурентоспособной экспортной продукции. По расчетам это должно обеспечить увеличение объемов внутренней переработки хлопка-волокна более чем в 2 раза, производства пряжи — в 2,6 раза, готовых трикотажных и швейных изделий — в 3 раза, экспорта продукции текстильной промышленности — в 2 раза.

Программный подход — основной принцип всех преобразований, осуществляемых в стране. Программой модернизации, технического и технологического перевооружения и диверсификации производства обладают почти все отрасли экономики, особенно базовые. Эти отраслевые программы, во-первых, взаимосвязаны и являются составной частью программы модернизации и обновления промышленности, как фундамента экономики, а во-вторых, обладают последовательностью и непрерывностью осуществления. Так, в 2012–2016 годах, в соответствии с принятой Программой развития промышленности, с учетом отмеченных отраслевых программ модернизации, технического и технологического перевооружения производства, предусматривается реализация более 270 инвестиционных проектов расчетной стоимостью 6,2 млрд. долларов. Они должны способствовать не только расширению объемов производства и освоению новых видов конкурентоспособной продукции, но и улучшить экономическое и финансовое состояние предприятий, повысить рентабельность отечественного промышленного производства.

Осуществляя современную инновационную промышленную политику, а также претворяя в жизнь программы модернизации, технического и технологического перевооружения производства страна стремится выйти на новый уровень развития и использования производительных сил, создать конкурентоспособную и эффективно функциони-

онирующую экономику. Для этого в стране не только накоплен огромный промышленный потенциал, но и подготовлены научные и технические кадры, способные решать самые различные амбициозные задачи.

Сказанное позволяет сделать вывод о том, что развитие промышленности — одно из главных направлений подъема экономики, которого можно добиться более быстро и качественно путем модернизации, технического и технологического перевооружения производства. Однако в проблеме модернизации промышленного производства необходимо улавливать не только технический, но и экономический аспект. Дело в том, что даже совершенная техника или технология, не дающая при внедрении в производство достаточного эффекта, не приводящая к снижению издержек, росту производительности труда и качества продукции не имеет практического смысла. Кроме того, важно не упускать из виду то, что модернизация, техническое и технологическое перевооружение производства — это не рядовое организационно-техническое мероприятие, обходящееся предприятиям без особых усилий и затрат. Их осуществление почти всегда связано с инвестициями, причем немалыми в зависимости от масштабов модернизации, технического и технологического перевооружения предприятий, которые зачастую проводятся или могут проводиться в ходе их расширения и реконструкции.

Современная экономическая наука — деятельность по созданию новых основных фондов, реконструкции, расширению и техническому перевооружению действующих предприятий, требующих значительных капитальных вложений, считает экстенсивным типом развития производства и воспроизводства. А капитальные вложения, как известно, всегда носили ограниченный характер, что делает их эффективное использование особо важным на уровне как микро-, так и макроэкономики. Считается, что получение высокой отдачи от каждого сума или другого денежного эквивалента капитальных вложений против предполагаемого или нормативного уровня их использования равносильно дополнительному выпуску продукции или получению дополнительной прибыли. При этом масштаб выигрыша становится тем больше, чем больше становится круг участников инвестирования, и наоборот.

Поэтому, осуществляя всецело промышленную политику, в том числе занимаясь вопросами модернизации и диверсификации производства, предприятия не должны упускать из виду большие возможности интенсивного пути развития промышленного производства. Речь идет о необходимости не только оснащении производства новой техникой и технологией, но и лучшем использовании действующих основных фондов, об увеличении съема продукции с каждой единицы оборудования, с каждого квадратного метра производственных площадей. Это, как свидетельствует практика, позволяет, кроме всего прочего, уменьшить потребность во вводе новых производственных мощностей при изменении объемов производства, а следовательно, и к лучшему использованию прибыли пред-

приятий. Немаловажно и то, что если экстенсивный путь развития промышленности, в силу связанности с инвестиционными вложениями, имеет какой-то предел, то у интенсивного пути развития возможности значительно шире и почти не ограничены.

Если ввод в действие новых основных фондов и производственных мощностей воспринять, говоря житейским языком, в качестве праздника, который, как правило, длится не с лишком долго, то за ним, как известно, идут сплошные будни, связанные не только с их эксплуатацией, но и ожиданием от них полезного результата (эффекта). Будни — это рабочий жизненный цикл функционирования предприятий, который, в том числе желаемый эффект во многом зависит от эксплуатационной готовности парка машин и оборудования. Поэтому для повышения роли промышленности в экономике, особенно в первую очередь ее основных производственных звеньев — предприятий, фирм и объединений, где создается нужная обществу и населению продукция, отмеченные экстенсивные и интенсивные пути развития, думается, недостаточны. Дело в том, что сегодняшняя новая техника и технология «завтра» уже устаревают, но их нельзя сразу снять с производства. Помехой здесь также могут быть отмеченная ограниченность инвестиционных ресурсов или же вовсе их отсутствие. Именно этими обстоятельствами можно объяснить случаи использования на предприятиях оборудования, фактическая продолжительность эксплуатации которых заметно превышает нормативные сроки. Следовательно, промышленность для усиления своих производственных и воспроизводственных функций должна не только использовать отмеченные экстенсивные и интенсивные пути, но и располагать еще современной ремонтной базой, призванной возмещать частичный износ основных фондов, обеспечивать эксплуатационную готовность наличного парка производственных машин и оборудования.

Разумеется, это — не все проблемы и задачи, стоящие сегодня перед отечественной промышленностью. Мир сегодня идет по пути научно-технического и общественного прогресса, создания и внедрения в производство различных новаций. По этому пути, очевидно, должны идти отечественная экономика и промышленность. Применение высоких и ресурсосберегающих технологий должно стать основой развития промышленного производства. Имеется в виду последовательный переход от создания отдельных машин и оборудования, технологических процессов к разработке, производству и массовому применению высокоэффективных систем машин, оборудования, приборов и технологических процессов, способствующих не только повышению эффективности производства, но и облегчению труда и росту его производительности.

Отечественная промышленность сегодня располагает мощным производственным аппаратом, способным решать как технические, так и социально-экономические задачи. На это, кстати, нацелены и Программы развития

промышленности, разработанные на государственном, отраслевом и региональном уровнях. Вместе с тем возможности промышленности, как и всей экономики, далеко не исчерпаны. Огромные резервы имеются в использовании созданного производственного потенциала. Мы вкладываем большие средства, привлекаем значительные иностранные инвестиции для обновления и модернизации нашего производства, в то же время в ряде отраслей производственные мощности задействованы не в полную меру, значительным остается удельный вес пассивной части основных фондов, что ведет к необоснованному росту себестоимости за счет амортизационных отчислений. [4, с.3]

Данный президентский тезис еще раз подчеркивает важность положительного решения не только технических, но и экономических проблем, то есть модернизация и обновление промышленности должны способствовать, наряду с достижением передовых технических рубежей, повышению эффективности — снижению себестоимости и улучшению качества продукции, росту рентабельности производства, увеличению прибыли и т.д. В условиях рыночной экономики и развивающейся конкуренции выживает то промышленное предприятие, которое не только обладает современным техническим потенциалом, но и добивается в своей производственно-хозяйственной деятельности отмеченных показателей эффективности.

Литература:

1. Каримов, И.А. 2014 год станет годом развития страны высокими темпами, мобилизации всех возможностей, последовательного продолжения оправдавшей себя стратегии реформ. // Народное слово. № 13, 18.01.2014.
2. Каримов, И.А. Узбекистан на пороге достижения независимости. — Т.: ИПТД «Узбекистан», 2011. — 383 с.
3. Каримов, И.А. Наша главная цель — решительное продвижение по пути развития, демократического обновления и модернизации страны. // Народное слово. № 237, 06.12.2014.
4. Каримов, И.А. Наша главная цель — решительно следовать по пути широкомасштабных реформ и модернизации страны. // Народное слово. № 13, 19.01.2013 г.

Проблемы современного рынка авиационного страхования

Серёмина Регина Николаевна, студент
Самарский государственный экономический университет

В данной статье рассматриваются проблемы авиационного страхования на современном рынке гражданской авиации. В статье учтены и проанализированы основные аспекты, касающиеся авиационных рисков.

Ключевые слова: авиация, авиационное страхование, авиационные риски, гражданская авиация.

«Осторожность — лучшая часть мужества». Данный афоризм принадлежит летчику-испытателю Александру Петровичу Чернавскому, человеку большой культуры. Что, как не осторожность и безопасность подразумевает под собой авиационное страхование? Это, безусловно, необходимость, обусловленная высокой степенью рисков. [2]

На сегодняшний день, пожалуй, главное место в транспортной системе мира занимает воздушный транспорт, преимуществами которого являются высокая скорость доставки, регулярность полетов, высокий уровень сервиса и др. Именно поэтому вопросы и проблемы, связанные со страхованием авиационных рисков, являются одними из самых злободневных в сфере гражданской авиации. [1]

К авиационному страхованию (страхованию авиационных рисков) относится круг рисков, возникающих при эксплуатации средств воздушного транспорта и подразделяемых на две группы: страхование самих средств авиатранспорта (страхование КАСКО) и страхование граждан-

данской ответственности владельцев авиатранспортных средств перед пассажирами и третьими лицами.

Любой имущественный интерес, связанный с эксплуатацией воздушных судов, выступает объектом авиационного страхования. Обычно, при установлении тарифа по авиационному страхованию практикуется принцип индивидуального подхода при оценке риска. Основными критериями при оценке риска являются данные, предоставленные представителем той или иной авиационной компании.

Под КАСКО самолета подразумевается фюзеляж, крыло, шасси, двигатели, электро- и гидравлические системы, навигационное и иное специальное оборудование, любое дополнительное оборудование, установленное внутри или на корпусе самолета или перевозимое на борту, а также запасные части.

Ко второй группе рисков относятся:

— страхование авиаперевозчика перед пассажирами за утрату жизни или увечье;

— за утрату или повреждение багажа;

— ответственности перед третьими лицами на земле и в воздухе за причинение им вреда, а также ущерба их имуществу в результате эксплуатации авиатранспортного средства;

- страхование экипажа;
- ответственности за сохранность грузов, перевозимых авиатранспортом;
- перед третьими лицами при строительстве самолетов или при ремонтных работах;
- страхование любого другого имущественного интереса, связанного с эксплуатацией авиатранспорта.

По условиям авиационного страхования (КАСКО), которые страховая компания может изменить или дополнить по взаимному согласию сторон, объектом страхования является само авиатранспортное средство, включая запасные части со всеми видами специального оборудования, находящегося на борту, при условии, что оно связано с обеспечением полетов.

Как правило, страховым полисом без каких-либо оговорок покрывается корпус (КАСКО) вместе с установленным оборудованием на одном из следующих условий: от всех рисков или же в случае полной гибели.

Наиболее широким видом покрытия является покрытие на условиях от всех рисков, включающее и условия полной гибели. Оно означает, что по этому виду страхования страховщик возмещает убытки от гибели или повреждения авиатранспортного средства вследствие любой причины во время полета, подруливания, нахождения на земле или на воде. При этом страхуемый риск разбивается на этапы: полет, выруливание и буксировка, риски во время стоянки. Подобная разбивка обусловлена разными уровнями франшиз, применяемых на каждом из этих этапов.

Следует отметить, что при нормальной эксплуатации авиатранспорта полис покрывает риски как во время стоянки, так и во время полета.

Однако во время нахождения средства авиатранспорта на приколе или длительной стоянке возникает необходимость страхового покрытия на это время только от наземных рисков. В таком случае в полисе делается специальная оговорка о покрытии наземного риска, по которому применяется отдельная ставка и франшиза.

Если по условиям страхования появившийся убыток подлежит возмещению со стороны страховщика, то он возмещает также все необходимые и целесообразно произведенные страхователем расходы по спасению, охране и транспортировке застрахованного имущества до ближайшего места ремонта.

Как правило, не возмещаются косвенные убытки, потеря прибыли, а также убытки, явившиеся следствием естественного износа, коррозии, конструктивных дефектов, порчи электрооборудования или отдельных механизмов, механической поломки деталей и частей, если такой ущерб не явился результатом гибели или повреждения, вызванных пожаром, ударом молнии, взрывом, столкновением, контактом средства авиатранспорта с другим объектом, злоумышленными действиями. [2]

Что касается тарифа страхования, то он зависит от таких факторов, как рыночная стоимость борта, год выпуска, тип самолета. Тип самолета особо влияет на повышающий или понижающий коэффициент к тарифу, т.к. по каждому типу существует определенная статистика убытков.

Кроме того, на величину тарифа влияет число пассажиро-мест, грузовых мест, квалификация летного состава, который привлекается в эксплуатации воздушного судна, а так же техническое обслуживание судна.

Во внимание, кроме всего прочего, принимается география полетов самолета, ведь условия рейсов в страны повышенной опасности отличаются от стран, где политическая ситуация стабильна.

На величину тарифной ставки влияют также показатели тонно-километров, самолето-километров, пассажиро-километров. Дополнительно ко всему вышперечисленному принимается во внимание количество погибших самолетов за несколько лет и их стоимость.

Цена по полису ответственности формируется в соответствии с пассажиро-местимостью воздушного судна. Это объясняется тем, что основная рабочая часть ответственности — это ответственность перед пассажирами, а не перед третьими лицами. Кроме того, учитываются маршруты, на которых работают самолеты, статистика убытков по данному виду самолетов или конкретного воздушного судна за прошедший период его страхования. Все это формирует повышающие и понижающие коэффициенты.

Базовые тарифы являются основой для применения к ним повышающих и понижающих коэффициентов при рассмотрении обстоятельств, влияющих на степень риска. На практике, оценку риска производят сюрвейеры, которыми используются показатели безопасности полетов, принятые ИКАО.

Для оценки риска и получения тарифа обычно заполняется заявление от имени компании, которой, собственно, необходимо страхование. На основании заполненного заявления производится оценка вероятности возникновения критической ситуации в полете, приходящейся на один час полета. Далее проводится своеобразный тендер среди страховщиков для получения той программы страхования, которая максимально удовлетворит потребности клиента при минимуме затрат.

В авиации используются определенные виды страхования, которые представлены следующим образом:

- страхование воздушных судов КАСКО;
- страхование авиационных двигателей и запчастей;
- страхование ответственности воздушных перевозчиков перед третьими лицами и пассажирами;
- страхование здоровья и жизни летного состава;
- страхование летного состава на случай утраты профессиональной трудоспособности.

Стандартные условия страхования предусматривают ответственность страховщика на базе страховой стоимости, т.е. в случае полной или конструктивной полной гибели авиатранспортного средства. Страховщик имеет

право или возместить страхователю стоимость, указанную в полисе, или заменить погибшее авиатранспортное средство другим того же типа и класса. Однако такая возможность, предоставленная страховщикам, не всегда удовлетворяет страхователей.

Дело в том, что при замене погибшего самолета новым не всегда восстанавливается материальное и финансовое положение страхователя до уровня, на котором оно было до убытка, так как в стоимость погибшего самолета, указанную в полисе, могла быть включена сумма непогашенной части займа, взятого страхователем для приобретения этого самолета. Поэтому в случае замены самолета, страхователь восстанавливает свое положение только материально, в то время как чисто денежная часть ущерба (заяв) не возмещается.

Кроме того, в случае, когда страхователь обновляет флот, заменяя старые машины более современными, его не устраивает перспектива получить взамен погибшей старой машины точно такую же. Однако, даже если страховщики производят денежную выплату по убытку, они стремятся заплатить столько же, сколько бы им стоила замена погибшего самолета, т.е. ниже страховой стоимости.

Выходом из этого положения для страхователя является страхование на базе согласованной стоимости, когда в полисе делается оговорка о том, что страховщики согласны, в случае полной гибели самолета, заплатить указанную в полисе сумму, полностью отказавшись от права замены. Однако на базе согласованной стоимости, как правило, страхуются только новые самолеты пользующиеся спросом на рынке. Это дает гарантию того, что страхователь не будет умышленно стремиться избавиться от старого самолета и получить возмещение для приобретения нового. [3]

В заключении хотелось бы отметить, что очень важно грамотно подойти к выбору страховщика. Так, в России за последние годы появилось множество мелких страховых компаний, не особо смыслящих в авиационном страховании, но которые активно лоббируют свои интересы в нём. Следует помнить, что ничем не обеспеченные полисы демпингующих страховщиков лишают авиакомпании возможности быть по-настоящему застрахованными от катастроф. Именно поэтому к вопросам авиационного страхования следует подходить с особой тщательностью. [2]

Литература:

1. Идрисова, А. А., Хохлова Н. В. Состояние и проблемы развития рынка авиационного страхования в Российской Федерации // Экономика и менеджмент инновационных технологий, № 10, 2014, [Электронный ресурс]: режим доступа: <http://ekonomika.snauka.ru/2014/10/5838>, дата обращения: 10.01.2015;
2. Интернет-портал «Страховой консультант», статья «Авиационное страхование: страхование авиационных рисков» // [Электронный ресурс]: режим доступа: <http://www.askins.ru/index.php/avia>, дата обращения: 09.01.2015;
3. Интернет-портал «Страховой брокер: бизнес-страхование», статья «Авиационное страхование» // [Электронный ресурс]: режим доступа: <http://www.biznesstrah.ru/aviastrahovanie.htm>, дата обращения: 11.01.2015.

Информационные технологии управления компанией (корпорацией)

Смилга Роланд Эрикович, магистрант
Современная гуманитарная академия (г. Москва)

В статье обосновывается необходимость применения информационных технологий в управлении компанией (корпорацией), раскрываются основные взаимосвязи коммерческой деятельности и новейших технологических разработок в информационной сфере. Кроме этого представлены основные задачи использования ИТ в управлении и пути оптимизации затрат на их применение.

Ключевые слова: управление, информационные технологии, менеджмент, хозяйственная деятельность, информационно-технологические системы.

Информационные технологии способны оказывать значительное воздействие на различные стороны человеческой жизни, в т.ч. на экономику. В высокоразвитых странах проходят, дополняя друг друга, параллельно две революции: как в развитии информационных технологий, так и в бизнесе. В итоге под влиянием информационных технологий сначала возникли методы эффек-

тивного управления компаний — всеобщее управление качеством, а и преобразования компаний — реинжиниринг бизнес-процессов и прочие.

Использование систем информации и информационных технологий при интенсивном становлении рыночных отношений является наиболее важным элементом успешного управления и маркетинга. Компании все чаще

используют поддержку современных систем информации и информационных технологий, чтобы держать под наблюдением увеличивающиеся внешние, а так же внутренние потоки информации, применять ее для анализа, составления прогнозов, принятия управленческих решений [2, с. 15].

Однако, сегодня ситуация в рассматриваемой сфере характеризуется крайней неопределенностью. Прежде всего, это связано с постоянным увеличением количества технологических предложений, которые требуют высоких инвестиций, а значит и с повышением зависимости от внешних услуг. Внутрифирменные ассигнования на потребности ИТ растут значительно быстрее, нежели прочие затраты предприятия. Притом высший менеджмент слабо осведомлен относительно общих расходов в сфере ИТ.

Во-вторых, изменяется значение ИТ в хозяйственной активности многих предприятий. При осуществлении внутрифирменных процессов функция информационных технологий перестала быть вспомогательной. Она превратилась в важнейший составной компонент продукта или мощностей производства. Хозяйственные риски сегодня во многом обуславливаются рисками в сфере ИТ. Реализация же современных организационных проектов с высокой производительностью, требует полного применения потенциала ИТ посредством телекоммуникационных средств.

Для того чтобы осуществлять контроль над увеличением затрат в сфере ИТ., а так же добиться большей гибкости при решении информационно-технологических проблем, многочисленные предприятия идут, главным образом, двумя путями. Первый определяется тем, что компания создает внутрифирменный информационный технологический участок, предлагающий услуги также внефирменному рынку, доказывая таким образом возможность рентабельного применения своих мощностей.

Чаще компании выбирают другой путь, при котором большая часть собственного информационного технологического персонала переходит в распоряжение создаваемых дочерних предприятий или совместных с информационно-технологическими партнерами предприятий, самостоятельно выступающих в рыночном сегменте. В материнской компании остается только небольшая группа работников, на которую возлагаются задачи информационного руководства [4, с. 76].

Высший менеджмент понимает, какое важное влияние оказывают информационные технологические решения на хозяйственный процесс, а так же культуру предприятия. Потому он ощущает себя ущемленным в плане того, что вынужден делегировать надлежащие вопросы внутрифирменным подразделениям либо внешним организациям. Кроме того первый опыт деятельности внефирменных информационных технологических служб не представляет особых причин для оптимизма по поводу эффективности разрешения указанных проблем.

Можно отметить шесть заинтересованных групп, от каких зависит вынесение решений в области информационных технологий:

— высшее управление, которое обязано управлять ИТ в качестве стратегического потенциала компании;

— специалисты, которые занимаются нахождением системных решений в целях оптимизации особых функциональных задач;

— менеджеры хозяйственных подразделений, которые обязаны использовать ИТ в соответствии с логикой своей хозяйственной активности, чтобы удовлетворять требования клиентов, уменьшать издержки и т.п.;

— менеджеры служб бухгалтерского и финансового учета, если таковые предусматриваются организационной структурой компании;

— поставщики ИТ, которые обязаны предлагать услуги в соответствии с проблемными установками собственных потребителей;

— свое информационно-технологическое подразделение [1, с. 28].

На отдельных предприятиях такие группы интересов не получают должного признания. Высшее руководство зачастую делегирует соответствующие функции группе управленцев, следя за выполнением отдельных заданных показателей. Сознательное воздержание высшего менеджмента от собственных обязанностей ведет к выработке малокомпетентных решений, постановке нереальных задач. Кроме того отсутствует должная мотивация в данной сфере.

В связи с увеличением значения ИТ для обеспечения успеха фирмы такая политика неприемлема. Общефирменное руководящее звено должно найти ответы на два вопроса.

Во-первых, необходимо точно определить, каковой вклад обязана внести информационная технология в производственный процесс. Внимания тут заслуживают 3 аспекта: 1) информационная технология в качестве функции обеспечения производственного процесса, к примеру в области коммуникаций либо автоматизации производства, и при генерации либо передаче управленческих знаний и сведений для управления хозяйственными процессами; 2) ИТ в качестве интегрального составного компонента продукта; 3) ИТ в качестве организационного инструмента в целях формирования виртуальных форм компании.

Во-вторых, кто обязан выполнять перечисленные и прочие функции. На основной план выдвигается вопрос о механизме координации для некоторых видов информационных технологических услуг. Решение возможно найти в применении указанных выше специализированных внутренних фирменных подразделений и внешних фирменных филиалов. Возможно и решение в виде образования стратегических альянсов между своим подразделением, а так же внешними партнерами. В 2-х последних случаях компания теряет непосредственный контроль над собственным информационно-технологическим потенциалом. Следует сказать, что такие услуги могут быть эффективны лишь при тесной совместной работе с поставщиками этих услуг. Общефирменное управление должно искать пути для устранения либо компенсации слабых мест в собственной работе [2, с. 318].

Рассмотренные преобразования требований к группам интересов в области информационных технологий обусловлены динамикой развития компании и внешней среды. Ключевые аспекты этого развития, а также их влияние на значение ИТ в управлении компанией состоят в следующем.

Направленность на максимальное сближение с клиентом потребовала от компаний перехода к горизонтальным структурам. Принятие решений в рамках децентрализации привело к резкому росту необходимости в информации относительно процесса изготовления товаров и услуг. Появилась необходимость в более детальном ознакомлении третьей стороны с положением дел в надлежащих хозяйственных областях. В современной обстановке обеспечение информацией по каждому направлению должно работать безупречно.

Использование ИТ должно нивелировать организационную сложность компании. Ранее это достигалось из-за возложения на компьютеры вычислений и обработки документов в очень больших количествах. Сейчас речь идет относительно того, чтобы постоянно усложняющиеся горизонтальные и вертикальные модели взаимосвязей совершенствовались с помощью новейшей коммуникационной технологии.

Быстрое развитие локальных систем влечет отказ от традиционных рабочих полей информатики, а так же широкое привлечение телекоммуникационных средств. Организационно это приводит к ликвидации границ компании. Все труднее становится установить, где оно начинается, а так же где кончается. Создание либо эксплуатация соответствующей структуры коммуникации для подобных «виртуальных компаний» относятся к задачам информационного управления. Дело притом состоит в обработке информации, а также и рациональном распределении информации [1, с. 249].

Кроме того, организация должна учитывать на профессиональном уровне все новые и важные для ИТ аспекты. Примером может служить вопрос о технологическом и хозяйственном значении системы «Интернет». Именно на

информационно-технологической службе лежит ответственность за создание здесь платформы, на которой станет возможной квалифицированная психологическая подготовка персонала, включая общефирменный менеджмент.

Сейчас информация на предприятиях обрабатывается в рамках самых разнообразных систем. Обеспечение их широкой доступности для всех сотрудников (а также внешних партнеров) и облегчение тем самым принятия творческих решений может стать критически важным фактором успеха для многих предприятий. Вместе с тем объединение по вертикали и горизонтали информационно-технологических систем, возникших в условиях децентрализации, кажется почти невозможным. Во всяком случае в классических областях ИТ опыт на этот счет отсутствует. Тем не менее, интеграция должна произойти.

Постановка подобной цели необходима высшему менеджменту для управления изменениями. Организационным рычагом в ее достижении могут стать виртуальные, сверхотраслевые предпринимательские интеграционные группы. Возможно, такие группы смогут даже управлять функцией ИТ. Целью в этом случае мог бы стать интеграционный подход к взаимосвязанным технологическим, социальным, функциональным и хозяйственным процессам.

Применение информационной технологии относится к наиболее противоречивым проблемам внутри компании. Руководство предприятий зачастую отказывается их решать, т.к. не чувствует своей достаточной компетенции. Решения, как правило, возлагаются на руководителей служб информации или специализированные сторонние организации. Хозяйственные риски, которые связаны с информационными технологиями, постоянно увеличиваются, и неясно, сколько еще руководство компаний будет недооценивать данный важный ресурс. Правда, в настоящее время высший менеджмент начал внимательнее относиться к информационной технологии в управлении компанией. Именно от него обязаны исходить решающие инициативы для изменения ситуации в рассматриваемой сфере.

Литература:

1. Бажин, И. И. Информационные системы менеджмента. — М.: ГУ-ВШЭ, 2000. — 688с.
2. Коуров, Л. В. Информационные технологии. — Мн.: «Амалфея», 2000. — 191 с.
3. Литвак, Б. Г. Разработка управленческого решения / Б. Г. Литвак. — М.: Дело, 2008. — 439 с.
4. Титоренко, Г. А. Информационные технологии управления. — М.: Юнити-Дана, 2010. — 439 с.

Через объединение — к росту благосостояния

Сунакбаев Шавкат Кахарович, магистр-преподаватель

Международный Казахско-Турецкий университет имени Х. А. Ясави г. Туркестан Казахстан

Сейчас весь мир объективно подвержен процессам глобализации на основе продвижения новых технологий, в том числе информационных, быстрого развития

транснациональных корпораций, мобильности самого человека на международном уровне. Предполагается, что мир и страны будут неуклонно интегрироваться, особенно

на региональном уровне. Это мировая тенденция нового технологического уклада. Все развитые страны переходят к постиндустриальному этапу, и Казахстан, конечно, не может отставать от общемировых трендов.

Интеграция дает возможность объединит национальный, экономический, политический и культурный потенциал. Кроме того интеграция позволит нашим предприятиям совместно решать проблемы инновационной экономики. Особенно это актуально для приграничных регионов. К примеру, между Казахстаном и Россией самая протяженная сухопутная граница. Это позволяет объединить усилия и ресурсы — и финансовые, и интеллектуальные, чтобы вместе отвечать на вызовы мировой конкуренции.

Опыт Евросоюза показывает, что, несмотря на объединение, страны сохраняет свою национальную самобытность. Всегда можно найти такое сочетание интересов, которое позволяет сохранять политическую, экономическую самостоятельность и государственный суверенитет. Мы должны использовать опыт объединения Европы, учесть и положительные моменты, и возникшие проблемы. Может быть, и к созданию Евразийского экономического союза нужно подходить постепенно, поэтапно. Собственно, так и происходит. Сейчас действует Таможенный союз. На следующем этапе возможна интеграция предприятий (где-то есть ресурсы, где-то — производственные линии). Словом, каждый этап должен быть продуман, экономически выверен, и при необходимости подвергаться корректировке.

Уже Таможенный союз дает несомненный возможности для инновационного прорыва. Думаю, так представляя национальный вуз. Ведь еще не так давно у наших стран была единая система образования, сеть научно-исследовательских институтов. Связи не прервались, мы готовы к сотрудничеству в области научных исследований и их внедрения. Нашими странами можно, к примеру, использовать потенциал космодрома Байконур, на базе которого реально развивать космическую промышленность. Наличие собственных стартовых площадок — это большое преимущество, не каждая страна может похвастать собственным космическим комплексом.

Преимущество Таможенного союза в том, что с помощью защитных законодательных механизмов инновационные предприятия могут успешно пройти период стартапа. Тут важно понимать, что если государство не защищает с помощью налоговой политики и пошлин своих товаропроизводителей, то экономика будет буксовать.

Замечательно, что сейчас, в условиях глобализации, развивается академическая мобильность, наши ученые, преподаватели, студенты могут обучаться в лучших вузах мира, и в отечественные университеты приезжают с лекциями иностранные профессора. Все это позволит получить в ближайшем будущем ощутимый синергетический эффект от такого учебного процесса и инновационной деятельности.

Во многих научных трудах прослеживается цепочка экономической интеграции стран. Сначала — торговля,

затем производственное сотрудничество или кооперация, следом — объединение предприятий в корпорации. В той или иной форме все это было в бывшем Союзе. К примеру, в Степногорске действовал подшипниковый завод, 96% продукции которого уходило за пределы города и республики.

В те годы было продуманная централизованная политика развития экономика, когда учитывались близость природных ресурсов, наличие человеческого потенциала. При всех минусах советской системы многие механизмы единого экономического пространства работали успешно. У нас был аграрный регион, и до сих пор Казахстан остается мощной зерновой державой. Поэтому и сейчас мы можем найти на Евразийском экономическом пространстве общие интересы, к примеру, объединив усилие в биотехнологии, энергосбережении, обеспечении безопасности региона. Немаловажно и то, что экономическая интеграция сближает народ, повышает их возможности и благосостояние, а это и есть главная цель всех преобразований.

Углубление и расширение партнерских отношений с Европейским союзом — стратегический приоритет внешней политики Казахстана. При этом в развитии двустороннего сотрудничества особо выделяется вклад парламентской дипломатии.

Кроме традиционных и многолетних связей с парламентами стран — членов ЕС в последние годы заметно активизировались отношения казахстанских парламентариев с коллегами из Европейского парламента. 30 октября в Астане состоялось 11-е заседание Комитета парламентского сотрудничества «Республика Казахстан — Европейский союз», на котором парламентарии РК и ЕС обменялись мнениями по широкому кругу вопросов двустороннего взаимодействия.

— Глава нашего государства Нурсултан Абишевич Назарбаев подчеркивает, что сотрудничество с Европейским союзом — один из ключевых приоритетов внешней политики Казахстана. И очень важно, что все годы наших двусторонних отношений прошли под знаком высокой заинтересованности сторон в развитии позитивной динамики углубления взаимодействия по самому широкому спектру вопросов.

В настоящее время РК и ЕС выходят на новый уровень партнерства, яркое свидетельство чему — текущие переговоры по новому продвинутому соглашению, основная цель которого — определение и закрепление приоритетных направлений дальнейшего сотрудничества с учетом нынешнего уровня взаимодействия.

Благодаря госпрограмме «Путь в Европу», которая относится к числу ключевых инициатив Президента Казахстана, достигнут высокий уровень диалога с ведущими странами Европы, подписаны договоры о стратегическом партнерстве с Францией, Испанией и Италией.

Сегодня Евросоюз — наш крупнейший торговый и инвестиционный партнер. На долю ЕС приходится почти половина казахстанского внешнеторгового оборота. За прошлый год он оказался одним из самых высоких за всю историю наших взаимоотношений и превысил 50 милли-

ардов долларов, а за I полугодие 2012-го оказался выше 27 миллиардов долларов.

За период с 1993 по 2011 год валовый приток прямых инвестиций из стран Евросоюза в экономику Казахстана составил более 65 миллиардов долларов. Основными инвесторами являются Нидерланды, Великобритания, Италия и Франция.

Важно, что государства Европы с учетом высокого уровня технологического развития продолжают оставаться нашими ключевыми экономическими партнерами в реализации Программы индустриально-инновационного развития Казахстана.

Мы заинтересованы в дальнейшем наращивании и диверсификации казахстанско-европейского сотрудничества в торгово-экономической, инновационной, инвестиционной сферах, в области образования, здравоохранения, защиты окружающей среды. Евросоюз также выступает нашим стратегическим партнером по переговорам по вступлению Казахстана в ВТО.

Разумеется, большое значение в двусторонних отношениях занимает межпарламентское сотрудничество. Парламентская дипломатия — один из важнейших инструментов внешней политики нашего государства и доведения до зарубежных партнеров позиции Казахстана по актуальным международным вопросам. В соответствии с Соглашением о партнерстве и сотрудничестве между Казахстаном и ЕС, подписанным 23 января 1995 года, в 2000 году и был создан наш Комитет парламентского сотрудничества, проведение ежегодного заседания которого стало уже доброй традицией.

За время существования комитет стал эффективной дискуссионной площадкой для парламентариев Казахстана и Евросоюза, связующим звеном конструктивного диалога политиков. На его ежегодных заседаниях рассматривается самый широкий спектр вопросов двустороннего взаимодействия, и обе стороны имеют возможность в доверительном формате высказаться и обменяться мнениями по всем возникающим вопросам.

Полагаю, что благодаря тщательной подготовке к предстоящему мероприятию удалось придать новый импульс двусторонним взаимоотношениям, сблизить позиции сторон по многим актуальным вопросам международной повестки дня.

Литература:

1. Казахстанская правда 22 сентября 2012 года.

Системный характер встреч и высокий уровень контактности дают возможность продуктивного обмена опытом законотворческой и политической деятельности, содержательных дискуссий и детального рассмотрения вопросов, представляющих взаимный интерес. Многие из них позволяют решить конструктивный диалог именно между законодателями, а также снять культурные, экономические и политические барьеры двусторонних отношений.

Европейский союз сегодня — признанный лидер в выработке и реализации политики в отношении молодого поколения. Это проблемы социализации, образования, выбора профессии и трудоустройства. По многим из них в Европе достигнут очевидный прогресс. И нам хотелось бы больше иметь информации об этих программах реализации «социальных лифтов».

Нам также необходимо изучение европейского опыта в области медицинского страхования. Есть перспективы сотрудничества и в вопросах «зеленой экономики», сохранения экологической чистоты в нашем регионе.

Считаю особо важным тот факт, что представители Европейского парламента дали высокую оценку процессам, происходящим в Казахстане. Отмечено, что республика добилась серьезного прорыва в политическом и экономическом развитии. Депутаты из Европарламента подчеркнули важность лидерства Президента Казахстана, которому после распада Советского Союза удалось преодолеть многие трудности и сделать ставку на развитие экономики, найти новые измерения, которых ранее не было. Для нас же это была и хорошая возможность довести до европейских парламентариев основные направления политики Главы нашего государства и его масштабных инициатив.

Европейской стороной также отмечено, что благодаря целой серии важных международных успехов, которые имели свою кульминацию в период председательства нашей страны в ОБСЕ в 2010 году, Казахстан сегодня обладает солидными позициями в международной сфере. Представители Европарламента вновь подтвердили важнейшую роль Казахстана в Центральной Азии, как самой продвинутой страны, которая больше всего модернизировалась, имеет огромный потенциал и является своеобразным мостом между Востоком и Западом.

Экономические и государственные методы регулирования зернового рынка

Тарасова Анна Игоревна, студент
Курский государственный медицинский университет

В статье проанализировано состояние зернового рынка, изучены методы экономического и государственного регулирования, осуществление которых позволит улучшить организационно-экономические взаимоотношения на нем.

Ключевые слова: зерновое хозяйство, зерновой рынок, государственное регулирование, ценообразование, зерновые интервенции, минимальная гарантированная цена.

Уникальность состояния зернового хозяйства выражается в противоречивости современного рынка зерна. Для сельхозтоваропроизводителей играет огромную роль именно проблема сбыта произведенной продукции. В наше время она приобрела особую остроту во всех трех главных сферах сельского хозяйства: зерновой отрасли, мясном и молочном животноводстве. С одной стороны, сельхозтоваропроизводители обеспечивают достаточное предложение на продовольственном рынке при наличии стабильно высокого спроса на продукцию их производства, гарантируя в определенной степени в необходимых пропорциях саморегуляцию ее воспроизводства. С другой стороны, доходы, получаемые ими, недостаточны для высокоэффективного функционирования зернового хозяйства. Сегодня проблема сбыта имеет такую особенность, что производитель поставлен в зависимость от посредника, реализующего его продукцию. При этом доход посредника способен образоваться только за счет части дохода, созданного непосредственным производителем, который не может одновременно и производить, и реализовывать свою продукцию. В связи с ростом роли торгового капитала по мере развития сельскохозяйственного производства, созданный сельскими производителями доход все в большей доле и объеме достается торговому посреднику.

В то же время ряд посредников на зерновом рынке осуществляет «теневые» сделки, которые практически не контролируются и не инспектируются. Такая ситуация создает основу для функционирования «теневого» рынка (по оценкам специалистов [2], в отдельных регионах он составляет до 20% емкости зернового рынка), который характерен продажей зерна по бросовым ценам и уклонением от уплаты налогов.

Тем не менее, в современных условиях многим сельхозпроизводителям без посреднических структур выжить едва ли удастся. Объясняется это многими причинами, и одна из основных — полная устраненность государства от участия в ценообразовании на зерно, ставшая главным препятствием на пути формирования цивилизованного зернового рынка.

Одновременно существующее монопольное влияние перерабатывающих предприятий и торговых сетей (к примеру, при том, что на транспортировку зерна и муки приходится 3%, на услуги элеваторов — 2, на услуги муко-

молам — 6, надбавки со стороны производителей хлеба составляют 34%, со стороны продавцов — 35%, то рыночная стоимость зерна в конечной цене хлеба не превышает 20%) навязывает производителям зерна невыгодные ни по экономическим, ни по организационным аспектам сделки, что обуславливает их вести поиск альтернативных каналов сбыта. При этом вносит свою негативную лепту и сезонность поступления доходов за проданную сельхозпродукцию [5].

Эти серьезные причины снижения эффективности зернопродуктового подкомплекса порождены несовершенством экономических взаимоотношений его партнеров, разбалансированностью и несоответствием рыночным отношениям действующего в АПК механизма хозяйствования как главного условия интеграции. Все это говорит о том, что экономический механизм взаимоотношений участников зернопродуктового подкомплекса, являясь сложным взаимосвязанным комплексом экономических стимулов, лимитированный в рамках установленных правовых средств воздействия, складывающийся в процессе интеграционной деятельности, на современном этапе без государственного вмешательства (регулирования) обойтись не может [4].

Таким образом, в первоочередном порядке в сфере государственного регулирования должны найти решение вопросы финансовых отношений между производителями зерна и его перекупщиками, а также предприятиями перерабатывающей промышленности. В связи с этим государству предстоит сыграть важную роль в развитии снабженческо-сбытовой кооперации самих производителей зерновых культур. Такую кооперацию предстоит срочно возрождать, поскольку она находится в состоянии полного упадка. Между тем наличие межхозяйственных элеваторов и хранилищ способно во многом оградить сельскохозяйственных производителей от произвола перекупщиков и посредников.

Большинство проблем зерновой отрасли обусловлены неразвитостью рынка в вопросах формирования и последующего развития механизмов сбыта продукции. В такой ситуации необходимые организационно-хозяйственные связи между участниками рынка могут быть сформированы только при создании эффективной инфраструктуры. Здесь нужна система мер, направленная, прежде всего, на осуществление антимонопольного регу-

лирования цен на промышленную продукцию и услуги для сельхозпроизводителей, на повышение роли зерновых союзов и ассоциаций, в которых основное место должен занимать непосредственно сельскохозяйственный товаропроизводитель, участие государства в формировании разнообразных инфраструктур агропродовольственного рынка [1] (рис. 1).

Однако современное положение в отрасли таково, что только за счет развития рыночной инфраструктуры на основе государственной поддержки не удастся вывести зерновое производство на высокоэффективный уровень

развития. На текущем этапе развития одним из приоритетных направлений должно стать регулирование доходов зернопроизводителей, что обуславливает активное участие государства в процессе ценообразования. Добиться повышения доходности зерновой отрасли государству возможно при одновременном стимулировании им мер, обеспечивающих снижение себестоимости производства, а также за счет активного регулирования рынка зерна и ценовой конъюнктуры на нем (рис. 2).

Наличие ряда государственных программ и мер прямой финансовой поддержки на данный момент (компенсации



Рис. 1. Стратегические направления совершенствования реализации зерна

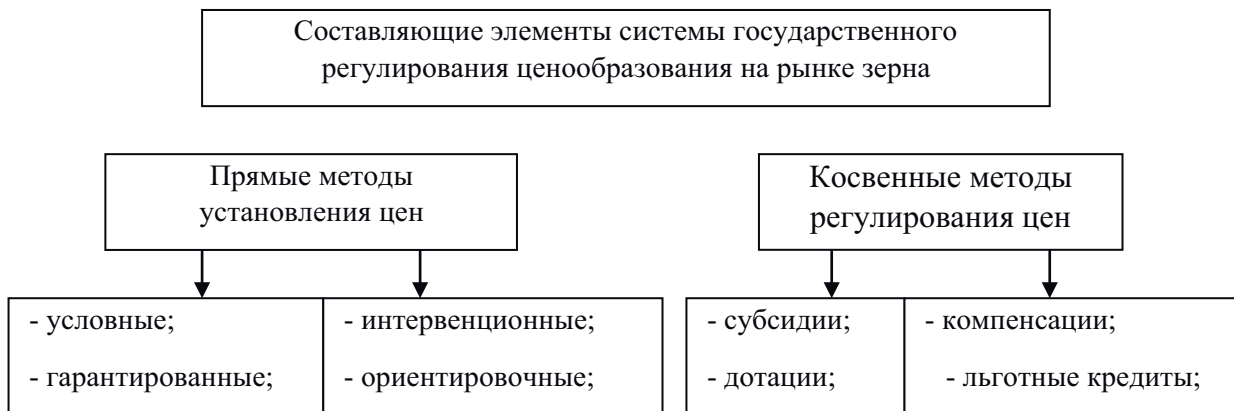


Рис. 2. Система государственного регулирования ценообразования на рынке зерна

за приобретение минеральных удобрений и ГСМ для проведения посевных и уборочных работ, субсидии по кредитам для обновления техники, элитному семеноводству и страхованию) способно решать лишь отдельные локальные аспекты функционирования зернового подкомплекса. К тому же объем финансирования этих мер не позволяет в нужной степени влиять на эффективность производства в большинстве сельхозорганизаций. Более того, зачастую средства государственной поддержки поглощаются ростом цен предприятий-поставщиков и тарифов естественных монополий, которые правительство далеко не всегда способно контролировать.

При этом обеспечение прибыльности ведения зернового производства самим государством должно осуществляться с одновременным поддержанием принципов рыночного регулирования. В связи с этим наиболее быстро и эффективно решить эту проблему, а также стимулировать производство дефицитных зерновых культур и создание для отрасли животноводства необходимой кормовой базы в сложившихся условиях возможно за счет повышения роли государства в формировании спроса и цены на зерно.

В современных условиях государственный спрос на зерно выражается в его объемах, закупаемых как для формирования его страховых и семенного фондов, обеспечения им спецпотребителей (армия, спецконтингенты, МВД и др.) и проведения социальной политики, так и в целях регулирования зернового рынка путем изъятия излишков произведенного зерна. При этом часть изымаемого зерна можно эффективно реализовывать в рамках роста участия государства в экспорте, пользуясь

благоприятной ценовой конъюнктурой, складывающейся на мировом зерновом рынке. Участие государства является неотъемлемым элементом для формирования стратегии экспорта зерна и ее эффективной реализации, для обеспечения стабильного места на мировом рынке отечественному зерну.

Формирование благоприятной рыночной ценовой конъюнктуры происходит за счет установленной минимальной гарантированной цены на зерно в рамках реализации мер закупочной интервенции и залоговых операций. Залогом эффективной реализации этих мер является установка для сельхозпроизводителей предельного уровня минимальных цен на зерно не в марте, как это положено по действующим правилам, а за год до нового урожая.

При этом видится необходимым государству (в соответствии с долгосрочной стратегией развития зернового хозяйства) при установлении минимальной гарантированной цены учитывать в первую очередь интересы тех сельхозорганизаций, которые ведут производство более интенсивно. В результате создания благоприятных экономических условий обеспечивается заинтересованность сельских товаропроизводителей в производстве дополнительного объема зерна более качественных и дефицитных культур. Этого можно добиться за счет стимулов повышать затраты на каждый обрабатываемый гектар посевов, для чего некоторым группам зернопроизводителей целесообразно корректировать в сторону возрастания значение себестоимости зерна определенных зерновых культур с учетом структуры посевов и производственно-экономических показателей природно-экономических зон области.

Литература:

1. Алабушев, А. В. Научное обеспечение продуктивности, устойчивости и рентабельности зернового производства / А. В. Алабушев, Л. Н. Анипенко // Вестник ОрелГАУ. 2008. № 1. с. 2–10.
2. Алтухов, А. Новые проблемы развития зерновой отрасли // АПК: экономика, управление. 2011. № 1. с. 10–21.
3. Зюкин, Д. А. Перспективы развития сельскохозяйственного производства Курской области / Д. А. Зюкин, О. В. Святова, Н. А. Пожидаева // Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии. 2014. № 7. с. 23–25.
4. Зюкин, Д. А. Повышение эффективности использования и распределения средств государственной поддержки, направленных на развитие зернового хозяйства: Монография. Курск: «Деловая полиграфия», — 2012. 120 с.
5. Зюкин, Д. А. Состояние и тенденции развития зернового хозяйства / Д. А. Зюкин, О. В. Святова, Н. А. Пожидаева // Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии. 2014. № 8. с. 14–16.

К вопросу о возможности оптимизации маршрутной сети городского пассажирского транспорта в мегаполисах

Федоров Владимир Анатольевич, кандидат экономических наук, доцент
 Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (г. Санкт-Петербург)

Маршрутные сети транспортных систем мегаполисов представляет сверхмощные и разветвленные структуры. Так, городской пассажирский транспортный комплекс Санкт-Петербурга, второго по величине города Российской Федерации, на современном этапе формируют [1]:

1. Сеть Петербургского метрополитена, которая включает 5 линий общей протяженностью 113,6 км, (67 станции, 72 вестибюля и 7 пересадочных узлов);

2. Сеть наземного электрического транспорта, которая включает 43 трамвайных и 44 троллейбусных маршрута. Протяжённость в двухпутном исчислении трамвайной сети Санкт-Петербурга составляет 240 км, троллейбусной сети 325 км. Парк подвижного состава состоит из 700 троллейбусов и 750 трамвайных вагонов;

3. Сеть автобусного транспорта, включает 329 автобусных маршрутов регулярных перевозок с посадкой и высадкой пассажиров только в установленных остановочных пунктах по установленному Правительством Санкт-Петербурга тарифу и 303 автобусных маршрута регулярных перевозок с посадкой и высадкой в любом не запрещённом Правилами дорожного движения месте. Парк транспортных средств составляет около 6000 автобусов;

4. Сеть пригородного железнодорожного транспорта в черте административных границ Санкт-Петербурга: 44 станции, в том числе 5 головных вокзалов, и 46 остановочных пунктов.

Парк легкового транспорта в Санкт-Петербурге составляет более 1,5 миллионов автомобилей. Городской пассажирский транспортный комплекс Санкт-Петербурга сопряжен с пассажирским транспортным комплексом Ленинградской области, на территории которой находятся отдельные составляющие транспортного комплекса Санкт-Петербурга — станция метрополитена «Девяткино» и депо метрополитена «Северное». Транспортные системы города и области связаны между собой автомобильными дорогами (из них 7 федерального значения, 25 — регионального) и железными дорогами 12 направлений.

В Санкт-Петербурге, как и в большинстве городов России, маршрутная сеть наземного пассажирского транспорта формировалась под влиянием исторических факторов, поэтому в современных условиях, как правило, не полностью учитывает потребности пассажиров в перевозках. В первую очередь это обусловлено значительным изменением структуры спроса на пассажирские перевозки. Динамичное социально-экономическое развитие городов вызывает появление новых объектов

и зон притяжения пассажиропотоков, таких как деловые, торговые, развлекательные и спортивные центры, изменение в структуре расселения жителей города в связи с появлением новых районов жилой застройки. Во-вторых, рост уровня автомобилизации привел к оттоку части населения на индивидуальный транспорт, что привело к снижению резервов пропускной способности улично-дорожной сети. Для современного этапа развития наземного городского пассажирского транспорта, существующие в российских мегаполисах, регулярные маршруты представляют собой совокупность традиционных «старых» маршрутов и «новых» — в подавляющем большинстве коммерческих. «Новые» маршруты, особенно на прибыльных участках, почти всегда дублируют «старые». Дополнительную сложность в маршрутную сеть, к примеру, в Санкт-Петербурге, вносят пригородные маршруты, которые начинаются в области и заканчиваются в городе, зачастую с той же целью — дублировать прибыльные участки «старых» городских маршрутов. Данные маршруты, в силу областного законодательства, открываются без согласований с городскими администрациями. Существование такой маршрутной сети приводит к достаточно парадоксальной ситуации, когда при общем избытке подвижного состава в инвентаре, на линии имеют место недостаток транспортных средств, рост времени ожидания на отдельных маршрутах, особенно в вечерние часы и переполнение подвижного состава в часы пик.

Одним из способов устранения данных недостатков является *оптимизация маршрутной сети и подвижного состава на маршрутах по вместимости*. Причем оптимизировать маршрутную сеть можно только при совместном соблюдении трех условий:

1. известно, куда направлены потоки движения;
2. известно, откуда движутся эти потоки;
3. известен физический объем этих потоков.

В единой транспортной системе мегаполиса все системы видов городского пассажирского транспорта *должны быть взаимодополняющими*. При этом системы наземного транспорта (автобус, троллейбус, трамвай) *могут быть первой ступенью* единой системы городского транспорта, поскольку они имеют самые короткие расстояния между остановками. *Второй ступенью* должен стать метрополитен, расстояние между станциями которого, составляет 2—4 остановки наземного транспорта. *Третью ступень* могут представлять системы городских железных дорог, сеть которых целесообразно формировать, начиная с действующих внутригородских участков. Расстояния между железнодорожными остановочными пунктами составляет 2—4 перегона

между станциями метро. Такая трехступенчатая единая система городского пассажирского транспорта обеспечит наименьшие затраты времени на поездку.

Анализ отечественного опыта формирования маршрутных сетей пассажирского транспорта **позволил выявить, что во** времена доминирования общественного транспорта в городских транспортных системах решение задач оптимизации его работы сводилось к оптимальному распределению наличного парка подвижного состава маршрутам с учетом транспортных затрат в условиях, когда весь транспорт и вся маршрутная сеть обслуживались одним собственником. В тот период считалось, что формирование и оптимизация сети маршрутов должны происходить на основе данных о фактических перемещениях населения по территории города. Для этого было введено понятие транспортной корреспонденции (полного описания каждой поездки пассажира от начала до конца) и матрицы пассажирских корреспонденций. Матрица пассажирских корреспонденций служила для нахождения оптимальной маршрутной сети, что достигалось с помощью введения критериев оптимальности. Например, таких как: кратчайший путь между начальным и конечным пунктом маршрута, минимальное время, затрачиваемое на перемещения всеми пассажирами и других.

В результате анализа матрицы корреспонденций выявлялись пары районов, имеющие максимальную величину пассажиропотока. Затем при совпадении начальных, конечных или промежуточных элементов полученные связи объединялись в маршрут. Если величина потока на каком-либо элементе цепи станет меньше некоторой заданной величины, то маршрут обрывают. Процедуру повторяют до тех пор, пока количество пассажиропотоков, не обслуженных сформированной маршрутной схемой, не станет минимальным в первом приближении. На следующем этапе работы осуществляется детальный анализ и корректировка разработанной совокупности маршрутов. Для этого были разработаны различные алгоритмы, позволяющие скорректировать предварительную сеть по одному из следующих критериев: минимум времени перевозки, равномерное распределение пассажиропотока по маршрутам, рациональное распределение транспортных средств по маршрутам.

Таким образом, в данный период были заложены основы для разработки математических моделей, алгоритмов и методик распределения пассажирских потоков в городах, минимизации числа пассажирских транспортных средств на маршрутах, определения рациональных параметров маршрутной сети городского пассажирского транспорта, выбора способа перемещения населением и других задач совершенствования маршрутных сетей городов. Был разработан метод комбинаторного анализа с направленным отбором вариантов. Однако отсутствие значимых ограничений, позволяющих уменьшить количество сравниваемых вариантов маршрутных сетей, и затраты времени при выполнении расчетов в ручную, стали основными причинами, ограничивающими возможность использования предлагаемого метода.

Развитие различных методов оптимизации маршрутной сети привело к необходимости их классификации, согласно которой все методы маршрутизации стали делить на две группы в зависимости от уровня решаемых задач. *Первая группа* была предназначена для построения маршрутных схем для города в целом и получила название *методов общей маршрутизации*. *Методы локальной маршрутизации*, составляющие вторую группу, предназначены для корректировки отдельно взятых маршрутов. А так же *два подхода* к оптимизации маршрутной схемы. В первом подходе в качестве основного критерия оптимизации принимается сокращение *затрат времени на поездку*. Во втором подходе основным критерием является *уровень пересадочности*. Считалось, что приемлемых результатов можно добиться только при комбинировании подходов на разных этапах формирования рациональной маршрутной схемы. Достоинством таких организационных мер является увеличение скорости сообщения на маршрутах, недостатком — сложность ориентирования пассажиров.

Все существующие подходы к проектированию рациональных маршрутных сетей ГПТ делились на три группы:

1. Автоматизированное проектирование маршрутов пассажирского транспорта на основе формализованных математических моделей;
2. Частичная автоматизация процесса построения маршрутов пассажирского транспорта, и экспертная оценка результатов специалистом;
3. Принятие решений на основе опыта и неформализованного анализа экспертов.

Практика показала, что применение жестко формализованных математических моделей дает оптимальное решение с точки зрения строго заложенного в программу алгоритма, однако при таком подходе *невозможно учесть сложившиеся в городе традиции и привычки пассажиров*, а так же другие требования, не поддающиеся формальному описанию. Поэтому наиболее эффективным считается второй подход, при котором эксперт проводит анализ полученных результатов и принимает окончательное решение.

Таким образом, по состоянию на сегодняшний день, существует множество разнообразных теорий оптимизации маршрутной сети и большинство из них опираются на известные значения величин пассажиропотоков по конкретным участкам. Однако, ряд исследователей считают, что базирование по этому принципу является не совсем корректным и точным, так как пассажиропоток, являясь метрической величиной, не всегда способен полностью описать характер и направление движения пассажиров, а, как правило, указывает только на величину загрузки определенного участка трассы.

По их мнению, *наиболее корректно пользоваться значениями пассажирообмена* на остановочных пунктах [2].

Необходимо так же учитывать, что оптимальность маршрутной сети с точек зрения участников системы го-

родского пассажирского транспорта является противоречивой. Так, например, сокращение времени ожидания пассажиров очевидным образом связано с увеличением количества подвижного состава на маршруте, а, следовательно, со снижением загруженности и экономической выгоды. С другой стороны, стремление увеличить прибыльность транспортных организаций может привести к отказу населения от перевозок и появлению конкурирующих организаций. Поэтому *необходим критерий, который будет учитывать интересы пассажиров и перевозчиков.*

Все вышеперечисленное подтверждает вывод о том, что точных решений задачи построения эффективных маршрутов не существует, и эта задача относится к классу задач комбинаторной оптимизации.

Что касается опыта городов стран Европейского союза и США, то, как следует из проведенного в открытом доступе мониторинга данной информации, вопросы оптимизации маршрутной сети у них практически не исследуются, в связи с тем, что основное внимание из-за высокого уровня автомобилизации уделяется выбору способа перемещения населения (личным или общественным транспортом). К тому же количество маршрутов, проходящих по одной и той же части улично-дорожной сети, сведено до минимума за счет высокого коэффициента пересадочности.

В планировании маршрутной сети был внедрён принцип «одна линия — один маршрут». Такая схема организации движения действительно прослеживается во многих зарубежных городах. Обслуживание больших

территорий малым количеством маршрутов стало возможным за рубежом после массового внедрения системы зонно-повременных пересадочных тарифов

Исследование возможности оптимизации маршрутной сети городского пассажирского транспорта в мегаполисах, проведенное в данной статье, позволяет сделать следующие выводы:

1. На сегодняшний день, существует множество разнообразных теорий оптимизации маршрутной сети и большинство из них опираются на известные значения величин пассажиропотоков по конкретным участкам.

2. Оптимизировать маршрутную сеть можно только при совместном соблюдении трех условий: известно, куда направлены потоки движения; известно, откуда движутся эти потоки; известен физический объем этих потоков.

3. Оптимальность маршрутной сети с точки зрения участников системы городского пассажирского транспорта является противоречивой.

4. Точных решений задачи построения эффективных маршрутов не существует, и эта задача относится к классу задач комбинаторной оптимизации.

5. Оптимизировать можно только интегрированную маршрутную сеть с большим числом пересадочных узлов.

6. В связи с тем, что часть требований, для построения оптимальной маршрутной сети не поддается формальному описанию, наиболее эффективным является подход, при котором эксперты проводят анализ полученных результатов автоматизированного проектирования маршрутов и принимает окончательное решение.

Литература:

1. Комитет по экономической политике и стратегическому планированию Санкт-Петербурга. «Аналитические материалы к разработке стратегии социально-экономического развития Санкт-Петербурга до 2030 года». Санкт-Петербург, декабрь 2013 года. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://spbstrategy2030.ru> (дата обращения 10.12.2014).
2. В. А. Мелихов, В. А. Гудков «ПРИНЦИПЫ ФОРМИРОВАНИЯ МАРШРУТНОЙ СЕТИ» [Электронный ресурс]. Режим доступа <http://cyberleninka.ru/article/n/printsiipy-formirovaniya-marshrutnoy-seti> Дата обращения: 09.12.2014

Современные задачи и проблемы натуральных обследований пассажиропотоков (на примере Санкт-Петербурга)

Федоров Владимир Анатольевич, кандидат экономических наук, доцент
Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (г. Санкт-Петербург)

Транспортное обслуживание населения в Санкт-Петербурге осуществляют следующие виды наземного пассажирского маршрутного транспорта общего пользования (в дальнейшем НПМТОП): трамваи, троллейбусы, автобусы, маршрутные таксомоторы. По данным последнего сплошного обследования пассажиропотоков,

проведенного в 2003 году, количество пассажиров, перевозимое за год на *социальных маршрутах* наземного пассажирского маршрутного транспорта общего пользования, составляло 770 млн. пассажиров [1,2.]. Количество подвижного состава, работавшего на коммерческих маршрутах НПМТОП, в тот период составляло около 5

тыс. единиц различной вместимости, маршрутная сеть коммерческого маршрутного транспорта пассажирского транспорта — 518 маршрутов. Объем перевозок коммерческим пассажирским транспортом по оценкам экспертов составляет до 300 млн. пасс.

Для удовлетворения потребности населения города в количестве услуг НПМТОП в первую очередь требуется определить спрос на эти услуги. Определить спрос возможно только путем проведения обследования пассажиропотоков, что для крупного города является достаточно сложной задачей. По задачам, которые ставятся перед обследованиями, их можно разделить на две группы:

1. обследования, направленные на выявление транспортных потребностей населения;
2. обследования, связанные с совершенствованием действующей системы транспортного обслуживания.

Наиболее распространенными методами обследования пассажиропотоков являются: *отчетно-статистический, табличный, счетно-табличный, анкетный, талонный, глазомерный, а так же и методы автоматизированного обследования (неконтактный, контактный)*. Исследуем возможности каждого из перечисленных методов.

Отчетно-статистический метод дает возможность определить число перевезенных пассажиров, используя сведения о проданных билетах и транспортной подвижности населения.

Табличный метод основан на опросе пассажиров. Для обследования пассажиропотоков в каждом вагоне или машине учетчики проводят опрос пассажиров, отмечая в специальной учетной карте пункты посадки и высадки каждого пассажира, пересадку на другой вид транспорта или другой маршрут того же вида транспорта. Материалы обследования табличным методом позволяют определить объем перевозок по отдельным участкам, направлениям, рейсам и маршрутам. После обработки данных, при сплошном обследовании, можно определить объем перевозок пассажиров, пассажирооборот, пассажирообмен остановочных пунктов, среднюю дальность поездки пассажиров, использование вместимости транспорта (наполняемость).

Счетно-табличный метод основан на подсчете пассажиров учетчиками, находящимися на остановочных пунктах или в салоне транспорта. В первом случае учетчики ориентировочно определяют пассажирообмен основных остановочных пунктов (число вошедших, вышедших и оставшихся на остановке пассажиров, не вошедших в транспорт из-за его переполнения). Во втором случае учетчики подсчитывают число входящих и выходящих по каждому остановочному пункту.

Анкетный метод обследования пассажиропотоков основан на заполнении населением, пассажирами или учетчиками специальных анкет о совершаемых поездках. Обследования проводят, рассылая анкеты по почте или непосредственно опрашивая пассажиров и заполняя анкеты по месту жительства, работы, учебы, во время по-

ездки, в местах пере садки с одного вида транспорта на другой. Этот метод имеет повышенную трудоемкость, но применение его может дать представление о желаниях пассажиров по организации перевозки на ближайшую перспективу.

Талонный метод обследования пассажиропотоков основан на учете каждого пассажира, проехавшего в транспортном средстве. При входе каждому выдают талон с отметкой остановки посадки и при выходе талон возвращают учетчику, который отмечает в талоне остановочный пункт выхода пассажира.

Глазомерный (визуальный) метод основан на учете непосредственно водителем транспорта степени наполнения подвижного состава пассажирами и оценки ее по пятибалльной системе.

Методы автоматизированного учета числа входящих в салон транспортного средства и выходящих из него пассажиров на остановочных пунктах разделяются на неконтактные и контактные. К неконтактным методам автоматизированного обследования относятся методы, основанные на использовании фотоэлектрических приборов. При входе (выходе) в транспортное средство пассажир пересекает пучок световых лучей. Электрические импульсы от фотодатчиков поступают в блок дешифровки направления движения (вход, выход), а затем соответственно в регистр входящих и выходящих пассажиров. Эти методы обеспечивают необходимую точность только при строго отдельном входе и выходе пассажиров. Затруднен и неточен учет в часы пик. Контактный метод автоматизированного обследования предполагает учет входящих и выходящих пассажиров по их воздействию на контактные ступеньки, связанные с дешифраторами. Дешифраторы в зависимости от последовательности воздействий на ступеньки определяют число входящих (выходящих) пассажиров и посылают информацию на счетчики или фиксируют эти импульсы на магнитной ленте.

Все перечисленные методы обследования пассажиропотоков позволяют определить количество перевезенных пассажиров в конкретный момент обследования. Однако, на количество перевезенных пассажиров действует достаточно большое число факторов и обследование пассажиропотоков каким бы длительным оно не было не может предусмотреть влияние всех этих факторов. Поэтому необходимо выбрать *методику корректировки данных* обследования пассажиропотоков на длительный период, например, на год. Данные обследования пассажиропотоков и применение методики перенесения этих данных на весь период работы НПМТОП позволяют определить спрос населения на услуги НПМТОП в помаршрутном разрезе, в том числе требуемое количество и качество услуг по часам суток, дням недели, временам года и прочим изменяющимся параметрам, которые характерны для услуг НПМТОП. На основании данных обследования пассажиропотоков *определяется объем предоставленных услуг городского общественного пассажирского транспорта*, который формализуется

в заказ услуг городского общественного пассажирского транспорта.

Основными субъектами, заинтересованными в проведении обследования пассажиропотоков являются:

- 1) Администрация (Правительство) города;
- 2) Перевозчики, работающие на маршрутах;
- 3) Пассажиры НПМТОП

Основные интересы всех заинтересованных сторон в проведении обследования пассажиропотоков отражены в таблице 1.

В Ленинграде обследования проводились до 1974 года достаточно регулярно: [3]

1932 — обследование транспортной подвижности населения;

1953 — обследование выполнялось транспортными предприятиями;

1958 — талонное обследование с учетом пересадок;

1963 — обследование выполнено транспортными предприятиями;

1965–1967 — обследование транспортной подвижности;

1966–1967 — обследование транспортной подвижности;

1968 — обследование выполнено транспортными предприятиями;

1972 — обследование с изучением пересадок;

1997 — обследование пассажиропотоков с изучением пассажирооборота.

2001–2002 — основной целью обследования структуры льготного пассажиропотока

Последнее по времени *сплошное* обследование пассажиропотоков в Санкт-Петербурге было проведено в 2003 году. [1, 2]

В период с 2000–2003 годы обследование пассажиропотоков проводились во многих городах России (таблица 2).

Как следует из данных, приведенных в таблице, обследование пассажиропотоков в российских городах *в этот период* производилось:

1. С целью выявления структуры пассажиров по формам оплаты проезда. Полученные в результате обследования данные позволяли определить расходы предприятия на перевозку одного пассажира и размеры компенсации предприятиям-перевозчикам за перевозку льготных категорий граждан.

2. Для определения спроса населения на услуги НПМТОП. Материалы такого обследования позволяют определить объем перевозок по отдельным участкам, направлениям, рейсам и маршрутам, пассажирообмен остановочных пунктов, степень использование вместимости транспорта (наполняемость).

Но главной целью проводимых в этот период обследований пассажиропотоков являлось все-таки определение реальных затрат на перевозку льготников. С этой целью, в 2001 году в Санкт-Петербурге было произведено обследование пассажиропотоков на НПМТОП. Причиной проведения обследования пассажиропотоков послужило то, что в бюджете Санкт-Петербурга на 2001 год были выделены средства на компенсацию убытков за льготный проезд в соответствии с федеральными законами «О ве-

Таблица 1. Интересы участников проведения обследования пассажиропотоков

Правительство города	Перевозчики	Пассажиры
1. Сокращение бюджетных расходов на НПМТОП.	1. Увеличение сбора проездной платы.	1. Сокращение времени на поездки.
2. Приведение в соответствие размера компенсаций за перевозку льготных пассажиров и затрат на их перевозку.	2. Увеличение эффективности использования подвижного состава.	2. Сокращение времени ожидания транспорта
3. Улучшение качества услуг НПМТОП.	3. Сокращение переменных расходов.	3. Снижение транспортной усталости
4. Удовлетворение спроса населения на услуги НПМТОП.	4. Обоснование объема получаемой компенсации за перевозку льготников.	4. Улучшение качества услуг НПМТОП.
5. Оптимизация маршрутной сети.	5. Увеличение эффективности использования подвижного состава.	5. Сокращение стоимости проезда
6. Сокращение уровня использования автомобилей		
7. Уменьшение степени загрязнения окружающей среды.		
8. Повышение ВРП		

Таблица 2. Отечественный опыт проведения обследований пассажиропотоков в период с 2000 по 2003 года

Город (область) и время проведения обследования	Цель обследования	Метод обследования
Московская область 11–17 сентября 2000 года	Выявление фактического числа поездок в городском и пригородном общественном транспорте граждан, имеющих льготы на оплату проезда в связи с их профессиональной принадлежностью, и соответственно объема финансовых средств, необходимых для компенсации расходов по реализации указанных льгот.	На основе учётных талонов. На каждую поездку лицу, имеющему льготу, по месту работы будет выдан учетный талон. С 11 по 17 сентября пассажиры, имеющие право бесплатного проезда в связи с их профессиональной принадлежностью, во время поездок по городу наряду с предъявлением документа, удостоверяющего право на льготный проезд, должны сдать учетный талон кондуктору (водителю), билетному кассиру или учетчику, а при проезде в пригородном транспорте владельцам талонов помимо прочего необходимо проставить в них начальный и конечный пункты следования.
Новосибирск 18–24 декабря 2000 года	Определение потребности в пассажирских перевозках в целом по городу, а также пересмотр существующей схемы маршрутов по наиболее оптимальному варианту.	Нет данных
Волгодонск 4 дня в 2000 году	Определение степени соответствия компенсации за перевозку льготников реальным затратам.	Талонный метод
Нижний Новгород 21 марта 2001 года	Уточнение числа льготников на маршрутах городского электротранспорта.	В этот день в каждом трамвае, троллейбусе и вагоне метро находится специалист-контролер, который должен требовать предъявления документов на льготный проезд. После предъявления соответствующих документов пассажир получает на руки талон определенного цвета, действительный весь день 21 марта. Путем подсчета этих талонов контролеры определяют точное число льготников и делят их на категории.
Самара 10–30 марта 2001 года	Для уточнения объемов финансового обеспечения льготного проезда на пассажирском транспорте. (В соответствии с законом «О ветеранах» в областном бюджете на 2001 год запланированы субсидии на предоставление льготного проезда во всех видах городского, пригородного и междугородного (внутриобластного) транспорта)	Талонный метод
Сургут Апрель 2001 года	Оптимизация маршрутной сети.	Счётно-табличный метод
Самарская область Ноябрь 2001 года	Собрать точную информацию о том, в каких объемах ветеранам Самарской области предоставляются льготы на проезд. Это связано с необходимостью компенсировать транспортным предприятиям недополученные доходы от предоставления этих льгот.	Нет данных
Псков Март 2002	Определение объема и структуры пассажиропотока.	Нет данных

Саратов 2002 год	Определение реального пассажиропотока	Нет данных
Ставрополь Июнь 2002 года	Оптимизация маршрутной сети, увеличение эффективности использования подвижного состава.	Счётно-табличный метод
Чебоксары 24 апреля 2002 года	Выработка оптимальных маршрутных схем и рациональной расстановки подвижного состава на маршрутах.	Нет данных
Санкт-Петербург 2001–2003 годы (10 дней основное обследование и 3 дня корректировочное обследование с целью выявления сезонных колебаний)	Основной целью обследования структуры льготного пассажиропотока является: определение размера расходов (убытков) на перевозку пассажиров на социальных маршрутах (включая пригородные) по видам оплаты проезда (категориям пассажиров).	Обследование пассажиропотока проводилось талонным методом силами кондукторского состава. Для контроля за правильностью выдачи талонов учета и правильностью оформления документации были привлечены, на основании договора, контролеры и контролеры-ревизоры.
Северодвинск 2002 год	Определение количества горожан, пользующихся льготами.	Нет данных
Барнаул Октябрь 2002	Оптимизация маршрутной сети и определение социального состава пассажиров.	Нет данных
Тюменская область 2003 год	Определение фактически перевезённых льготников для определения реальных затрат на перевозку.	Нет данных

теранах» (далее «ветераны») и «О социальной защите инвалидов» (далее «инвалиды»).

Столкнувшись с такой ситуацией транспортные предприятия во многих городах Российской Федерации так и не смогли получить средства, выделенные в местных бюджетах на компенсацию убытков от перевозки пассажиров «ветеранов» и «инвалидов». По причине того, что распорядителем этих средств были назначены органы социального обеспечения, которые требовали от перевозчиков подтверждения понесенных убытков от перевозки данных категорий пассажиров. Такие же проблемы возникли и у транспортных предприятий Санкт-Петербурга, которые должны были подтвердить целевое использование бюджетных средств.

В тот период «ветераны» и «инвалиды» являлись самыми многочисленными категориями граждан, которые имели право бесплатного проезда в городском пассажирском транспорте. По данным Комитета по труду и социальной защите населения Санкт-Петербурга, общая численность «ветеранов» составляла 897 тыс. человек, «инвалидов» — 476 тыс. человек. Численность вместе взятых прочих категорий пассажиров, имеющих право бесплатного проезда, (без учета детей до 7 лет) составляла около 550 тыс. человек. Кроме того, ежемесячно в среднем реализуется около 650 тыс. проездных билетов длительного пользования (карточек), дающих право проезда на город-

ском электротранспорте, которые также являются льготными (особенно проездные билеты для учащихся и студентов).

Вместе с тем, отсутствовал учет поездок пассажиров и, соответственно, не было достоверных данных о количестве перевезенных пассажиров в наземном городском транспорте, как в целом, так и по категориям. Существовавшие в то время Методика расчета количества поездок на каждого льготника в размере 50 поездок в месяц на каждом виде транспорта, и Методика расчета количества поездок по проездным билетам длительного пользования (карточкам), утвержденные Госкомстатом РФ, не вызывали доверия, как со стороны органов формирующих бюджет, так и со стороны органов распоряжающихся бюджетными средствами.

Наиболее достоверным, научно обоснованным и применяемым на практике методом определения количества поездок в наземном городском транспорте является проведение сплошных обследований пассажиропотоков. Последнее сплошное обследование пассажиропотоков в Санкт-Петербурге проводилось в октябре 1997 года и не ставило целью определение количества перевезенных пассажиров по видам оплаты проезда. Кроме того, за четыре года с момента проведения этого обследования произошли существенные изменения трасс маршрутов, интервалов движения, количества рейсов, появилось большое количество

коммерческих таксомоторных маршрутов, и, соответственно, существенно изменилась структура и количество перевезенных пассажиров на наземном городском транспорте.

Таким образом, перед обследованием были поставлены следующие задачи:

— Определение количества поездок пассажиров и структуры пассажиров по видам оплаты проезда;

— Определение фактического количества поездок пассажиров на городских и пригородных социальных маршрутах наземного маршрутного транспорта общего пользования (трамвай, троллейбус, автобус) по часам суток и направлениям движения;

— Определение структуры поездок пассажиров по видам оплаты проезда (предоставленным льготам) по часам суток;

— Расчет годового количества поездок пассажиров на городских и пригородных социальных маршрутах наземного маршрутного транспорта общего пользования (трамвай, троллейбус, автобус).

Для того, чтобы в последствии на основании определения структуры поездок пассажиров по видам оплаты проезда (предоставленным льготам), по часам суток и расчете годового количества поездок пассажиров на городских и пригородных социальных маршрутах НПМТОП производилось:

1. распределение бюджетных средств между маршрутами для конкурсных процедур;
2. планирование объема выручки на маршрутах;
3. распределение выручки от реализации проездных билетов длительного пользования между транспортными предприятиями.
4. оптимизация использования подвижного состава на маршрутах по часам суток.

Обследование проводилось путем выдачи кондуктором бесплатно каждому пассажиру, имеющему право бесплатного проезда на городском пассажирском транспорте и предъявившему документ, подтверждающий это право, а также пассажирам, предъявляющим проездные билеты длительного пользования *одного из четырех видов талонов утвержденного образца*:

— с надпечаткой *красного цвета* — пассажирам, которым право бесплатного проезда предоставлено на основании ФЗ «О ветеранах»;

— с надпечаткой *зеленого цвета* — пассажирам, которым право бесплатного проезда предоставлено на основании ФЗ «О социальной защите инвалидов»;

— с надпечаткой *синего цвета* — пассажирам, которым право бесплатного проезда предоставлено на основании иных нормативных актов, кроме ФЗ «О ветеранах» и ФЗ «О социальной защите инвалидов».

— с надпечаткой *фиолетового цвета* — пассажирам, предъявившим любой вид проездного билета длительного пользования (карточку).

Одним из элементов обратной связи служило то, что каждый талон имел корешок с таким же номером как талон. Корешки талонов, использованных для обследования, комплектовались по маршрутам и датам обследования, упаковывались в мешки, активировались, пломбировались и хранились у Перевозчиков до утверждения результатов обследования пассажиропотоков. Данная процедура была направлена на повышение достоверности проводимого обследования, хотя и увеличивала его трудоемкость. Линейный контроль осуществляли контролеры СПб ГУП «Центральное агентство городского пассажирского транспорта» которые, при контроле за оплатой проезда, проверяли наличие у всех пассажиров, имеющих право бесплатного проезда, талона учета. На конечных станциях контролеры-ревизоры СПб ГУП «Центральное агентство городского пассажирского транспорта» вели контроль правильности оформления учетной документации. При обнаружении нарушений учета и оформлении документации требовали внесения кондуктором соответствующие исправлений.

Обследование, проведенное самими Перевозчиками под контролем независимой организации, выявило, что объемы перевозок в статистических отчетах завышены 3–4 раза (таблица 3).

Получив заниженные, по мнению перевозчиков, объемы перевозок, ими была предпринята попытка опровергнуть результаты обследования. Поэтому для утверждения результатов обследования была назначена комиссия защита полученных результатов в каждом предприятии. На спорных маршрутах проводилось повторное обследование, что окончательно убедило перевозчиков в правильности подхода и полученных результатах. Так, впервые за всю новейшую историю пассажирского транспорта города, результаты обследования

Таблица 3. Городской пассажирский транспорт Санкт-Петербурга в 2001 году

Вид транспорта	Инвентарный парк, единиц подвижного состава.	Среднесуточный выпуск подвижного состава, ед.	Количество перевезенных пассажиров в сутки (млн. чел.)	
			Статистические отчеты	Обследование
Трамвай	1491	942	2,3	0,8
Троллейбус	841	570	1,5	0,5
Автобус	2690	1204	2,6	0,6

пассажиропотоков были признаны перевозчиками. Структура перевозок на городском пассажирском транспорте Санкт-Петербурга по данным обследования пассажиропотоков в 2001 году представлена в таблице 4

Как следует из данных, приведенных в таблице, НПМТОП (без учета маршрутных такси) фактически осуществляет подвозку пассажиров к метро. В ранних исследованиях число поездок на наземном транспорте значительно превышало число поездок в метро.

Исследуем решение задач, поставленных перед обследованием пассажиропотоков на примере СПб ГУП «Горэлектротранс» (для СПб ГУП «Пассажиравтотранс» аналогично). Так план перевозки пассажиров на городском электротранспорте по видам оплаты и видам подвижного состава на 2001 год, составленный на основании данных обследования, представлен в таблице 5.

Расчет себестоимости перевозки одного пассажира (таблица 6) произведен при условии сохранения объема

перевозок пассажиров на городском электротранспорте на уровне 2001 года и на основании проекта расходов СПб ГУП «Горэлектротранс» на 2002 год.

Расчет суммы компенсации убытков от перевозки пассажиров на 2002 год произведен на основании расчета себестоимости перевозки одного пассажира СПб ГУП «Горэлектротранс» в 2002 году и, исходя из условия сохранения объема и структуры перевозок по видам оплаты на городском электротранспорте на уровне 2001 года таблица 7. Расчет проекта доходов от сбора проездной платы на 2002 год составлен с учетом сохранения количества, реализованных билетов, тарифов и системы распределения выручки от комбинированных билетов (в том числе всех видов единых), действующих в 2001 году.

Полученные данные свидетельствуют о том, что данная методика *не позволяет справедливо распределить* бюджетные средства федерального бюджета, выделяемые в соответствии с *федеральными зако-*

Таблица 4. Структура перевозок на городском пассажирском транспорте Санкт-Петербурга по данным обследования пассажиропотоков в 2001 году

Вид транспорта	Количество перевезенных пассажиров за год	
	(млн. поездок)	(%) к итогу
Трамвай	274,4	17,5%
Троллейбус	188,9	12,0%
Итого наземный электротранспорт	463,3	29,5%
Автобус социальные перевозки на городских маршрутах (№ 1 по № 399)	253,0	16,1%
Автобус социальные перевозки на пригородных маршрутах (№ 400)	40,8	2,6%
Итого автобус социальные перевозки	293,8	18,7%
Итого наземный транспорт социальные перевозки	757,1	48,2%
Метрополитен (по данным АСКОП)	815,0	51,8%
Всего	1572,1	100,0%

Таблица 5. План перевозки пассажиров на городском электротранспорте за год на основании данных обследования пассажиропотоков

Вид оплаты (категория пассажиров)	на трамвайных маршрутах	на троллейбусных маршрутах	всего на городском электротранспорте
Разовые	50,9	34,0	84,9
Карточки	107,6	72,4	180,0
Инвалиды	16,0	12,3	28,3
Ветераны	20,7	14,2	34,9
Прочие	79,2	56,0	135,2
Всего	274,4	188,9	463,3

Таблица 6. Расчет себестоимости перевозки одного пассажира ГУП «Горэлектротранс» на 2002 год

Расходы СПб ГУП «Горэлектротранс» на 2002 год (проект) (млн. руб.)	Количество перевезенных пассажиров (млн. чел.) (принято на уровне 2001 года)	Себестоимость перевозки одного пассажира на 2002 год (руб.)
1848	463,3	3,99

Таблица 7. Расчет суммы компенсации убытков от перевозки пассажиров СПб ГУП «Горэлектротранс» на 2002 год

Вид оплаты проезда	Количество перевезенных пассажиров в 2002 году (млн. пасс.)	Себестоимость перевозки одного пассажира в 2002 году (руб.)	Расходы на перевозку пассажиров на 2002 год (млн. руб.)	Проект доходов от сбора проездной платы на 2002 год (млн. руб.)	Компенсация убытков от перевозки пассажиров (млн. руб.)
Разовые	84,8	3,99	338,3	339,2	-0,9
Карточки	180,2		719,0	250,0	469,0
Инвалиды	28,3		112,9	X	112,9
Ветераны	34,8		138,8	X	138,8
Прочие	135,1		539,0	X	539,0
Всего	463,3		1 848	589,2	1 258,8

нами «О ветеранах» и «О социальной защите инвалидов». В настоящее время средние затраты на перевозку пассажира, полностью оплачивающего проезд, не покрываются средней выручкой от его перевозки, но компенсируются более высокой выручкой от перевозки пассажиров льготных категорий, получаемой из бюджета города, таким образом, фактически осуществляется перекрестное субсидирование перевозок. В случае, если бы средств федерального бюджета не хватало, то перекрестное финансирование осуществлялось бы уже за счет средств местных бюджетов.

Анализ результатов обследования льготного пассажиропотока на трамвайных и троллейбусных маршрутах ГУП «Горэлектротранс» позволил определить среднее количество поездок по одному проездному билету длительного пользования (карточке) с участием городского электротранспорта (включая все виды единых билетов и комбинированных билетов) в летний и зимний сезон таблица 8.

Основным открытием для данного обследования было подтверждения наличия устойчивой зависимости между

количеством реализованных разовых билетов и количеством перевезенных «ветеранов», «инвалидов», прочих льготников. Таким образом, была подтверждена гипотеза, согласно которой по количеству реализованных разовых билетов можно было определять с достаточной достоверностью количество поездок «ветеранов», «инвалидов» и прочих льготников

В результате анализа данных обследования льготного пассажиропотока на трамвайных и троллейбусных маршрутах ГУП «Горэлектротранс» (аналогичные результаты были получены и для автобусных маршрутов) был установлен ряд устойчивых зависимостей, имеющих коэффициент корреляции (К), определяющий тесноту связи между двумя факторами близкий к единице (таблицы 9,10):

- между количеством реализованных разовых билетов и количеством перевезенных «инвалидов»;
- между количеством реализованных разовых билетов и количеством перевезенных «ветеранов»;
- между количеством реализованных разовых билетов и количеством перевезенных прочих льготников;

Таблица 8. Среднее количество поездок по одной карточке с участием городского электротранспорта

Сезон	Среднее количество поездок по одной карточке с участием городского электротранспорта
Летний сезон	23,71
Зимний сезон	24,79

Таблица 9. Коэффициенты корреляции к разовым билетам по троллейбусным паркам

Виды льгот	Коэффициенты корреляции к разовым билетам по троллейбусным паркам					
	ТП № 1	ТП № 2	ТП № 3	ТП № 4	СТТП	ТП № 6
Инвалиды	0,956	0,925	0,907	0,748	0,912	0,949
Ветераны	0,917	0,877	0,984	0,711	0,959	0,962
Прочие льготы	0,979	0,993	0,984	0,751	0,868	0,956

Таблица 10. Коэффициенты корреляции к разовым билетам по трамвайным паркам

Виды льгот	Коэффициенты корреляции к разовым билетам по трамвайным паркам									
	ТП № 1	ТП № 2	ТП № 3	ТП № 4	ТП № 5	ТП № 6	ТП № 7	ТП № 8	ТП № 9	СТТП
Инвалиды	0,968	0,916	0,911	0,819	0,869	0,908	0,933	0,960	0,933	0,678
Ветераны	0,957	0,848	0,826	0,952	0,886	0,826	0,946	0,923	0,946	0,668
Проч. льготы	0,980	0,956	0,832	0,982	0,908	0,909	0,989	0,930	0,929	0,661

Соотношения между количеством реализованных разовых билетов и количеством перевезенных «инвалидов», «ветеранов», прочих льготников в летний и зимний сезоны представлены в таблице 11.

Количество реализованных разовых билетов в качестве базового фактора для подтверждения гипотезы было принято по следующим причинам:

- реализация разовых проездных билетов в достаточной степени отражает колебания количества перевезенных пассажиров и учитывает изменения факторов, которые оказывают влияние на пассажиропотоки;

- данные о количестве реализованных разовых билетов являются абсолютно достоверными;

- отчетный период — месяц;

К сожалению, данная зависимость в силу различных причин, не нашла своего применения в управлении финансовыми потоками городского пассажирского транспорта, однако нашла свое продолжение в отдельных диссертационных исследованиях по результатам обследования пассажиропотоков в некоторых городах Российской Федерации [4].

Резюмируя все вышесказанное, можно сделать следующие выводы:

1. Общая теория методов обследования пассажирских потоков была разработана еще в советское время, но задачи, которые ставили перед собой исследователи, были принципиально иными.

2. Обследования пассажиропотоков в крупных городах должны быть только сплошными. Любые виды выборочных обследований целесообразны только для локальных целей.

3. Обследование, проведенное самими Перевозчиками под контролем независимой организации, выявило, что объемы перевозок в статистических отчетах завышены 3–4 раза и, что самое главное эти результаты были признаны самими перевозчиками.

4. Применяемая Методика обследования пассажиропотоков льготных категорий пассажиров позволяет определять объем субсидий каждого перевозчика, выполняющего обслуживание маршрутов с определенной степенью точности. Однако данная Методика не позволяет справедливо распределить бюджетные средства федерального бюджета, выделяемые в соответствии с федеральными законами «О ветеранах» и «О социальной защите инвалидов». Так, в настоящее время, средние затраты на перевозку пассажира, полностью оплачиваемого проездом, не покрываются средней выручкой от его перевозки (с учётом скидок, заложенных в цену проездных билетов), но компенсируются более высокой субсидией из бюджета города на перевозку пассажиров льготных категорий. Что свидетельствует об осуществлении перекрестного субсидирования перевозок.

5. Соотношения между количеством реализованных разовых билетов и количеством перевезенных «ветеранов», «инвалидов», прочих льготников, а также среднее количество поездок по одной карточке не являются неизменными. В связи с этим необходимо производить калибровку этих соотношений, путем проведения регулярных корректировочных обследований пассажиропотоков.

6. К сожалению, проведение таких исследований малоэффективно в условиях, когда так и не понятно за что городской бюджет должен платить: за «транспортную работу» или за «транспортную услугу». Этот вопрос является принципиальным и требует своего решения на уровне федеральных органов управления транспортом. Если за транспортную услугу, то бюджет должен субсидировать фактические поездки льготников. В этом случае распорядители бюджета неизбежно столкнутся с его экономией или перерасходом.

7. Одним из существенных недостатков является то, что материалы обследований не размещаются в открытом доступе Интернета. Это позволило бы подклю-

Таблица 11. Соотношение между количеством реализованных разовых билетов и количеством перевезенных «инвалидов», «ветеранов», прочих льготников в летний и зимний сезон

Сезон	Коэффициент к количеству реализованных разовых билетов		
	«Инвалиды»	«Ветераны»	Прочие льготы
Летний сезон	0,32	0,41	1,46
Зимний сезон	0,34	0,41	1,74

чить к анализу полученных результатов, а так же моделированию, вузовскую науку. В дальнейшем, решая задачу оптимизации маршрутной сети и калибровку данных в период между обследованиями, целесообразно разработать специальный, постоянно действующего сайт в сети Ин-

тернет, на котором любой житель города мог бы заполнить транспортную анкету. Для обеспечения широкой доступности данного сетевого ресурса всем слоям населения города необходимо информировать горожан через средства массовой информации о работе и достижениях сайта.

Литература:

1. Результаты обследования структуры льготного пассажиропотока на трамвайных и троллейбусных маршрутах ГУП «Горэлектротранс» СПб: ГУП Центральное агентство городского пассажирского транспорта», 2003 г.
2. Результаты обследования структуры льготного пассажиропотока на социальных городских и пригородных автобусных маршрутах ГУП «Пассажиравтотранс» СПб: ГУП Центральное агентство городского пассажирского транспорта», 2003 г.
3. Исследование структуры пассажиропотока на наземном пассажирском транспорте” Этап 3. Анализ результатов обследования структуры пассажиропотока. Отчет ГУП НИИПАТ, 1996 г. Руководитель НИР Зенгбуш М. В.
4. ФЕКЛИН, Е. В. Исследование пассажиропотока льготных пассажиров в системе формирования тарифов на городском транспорте АВТОРЕФЕРАТ диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук Ставрополь, 2008 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://economy-lib.com/issledovanie-passazhiropotoka-lgotnyh-passazhirov-v-sisteme-formirovaniya-tarifov-na-gorodskom-transporte#ixzz2RGRngwuy> (дата обращения 10.01.2015).

Внедрение программного бюджета на местном уровне в Калужской области (на примере городов Калуга и Обнинск)

Хадиатулина Татьяна Александровна, студент

Калужский филиал Финансового университета при Правительстве Российской Федерации

Город Калуга является одним из крупнейших научно-образовательных и культурных центров страны. Структура экономики города представлена такими отраслями, как машиностроение и металлообработка, пищевая и легкая промышленность, электроэнергетика. Город демонстрирует высокие темпы развития экономики, обладает внушительным кадровым потенциалом.

Анализ динамики и структуры расходов бюджета города показал, что наибольший удельный вес в общей сумме расходов бюджета Калуги занимают расходы по разделам:

— «Общегосударственные вопросы» в 2010 г. — 9,07%, в 2011 г. — 11,10%, в 2012 г. — 8,85%;

— «Образование» в 2010 г. — 32,00%, в 2011 г. — 33,80%, в 2012 г. — 41,50%;

— «Жилищно-коммунальное хозяйство» в 2010 г. — 25,30%, в 2011 г. — 20,80%, в 2012 г. — 9,97%;

— «Здравоохранение и спорт» в 2010 г. — 10,10%, в 2011 г. — 10,42%, в 2012 г. — 1,25%;

— «Социальная политика» в 2010 г. — 16,10%, в 2011 г. — 15,50%, в 2012 г. — 18,20%.

Наименьший удельный вес в общей сумме расходов бюджета города занимают расходы по разделу «Охрана окружающей среды» в 2010 г. — 0,07%, в 2011 г. — 0,05%, в 2012 г. — 0,05%;

Такие разделы как «Национальная безопасность и правоохранительная деятельность» и «Культура, кинематография средства массовой информации» из года в год остаются на одном уровне и составляют в структуре бюджета до 2–3,3%.

В разделе «Национальная экономика» можно проследить резкое увеличение расходов бюджета города, что в структуре составило 1,99%, 3,10% и 16,30% соответственно в 2010 г., 2011 г. и 2012 г.

Таким образом, анализ показал, что основная доля расходов средств бюджета города Калуги приходится на разделы «Общегосударственные вопросы», «Жилищно-коммунальное хозяйство», «Образование», «Здравоохранение и спорт», «Социальная политика», что говорит о направленности бюджета на улучшение социальных условий жизни области.

Увеличение расходов городского бюджета в 2012 г. отмечено по следующим разделам: «Национальная экономика» расходы увеличились на 399,6% по сравнению с аналогичным показателем 2011 г.; «Социальная политика» — на 12,12% по сравнению с показателем 2011 г.; «Культура и кинематография, СМИ» — на 8,62% по сравнению с 2011 г.; «Образование» расходы бюджета увеличились на 16,80% по сравнению с 2011 г.

Сокращение расходов бюджета в 2012 г. отмечено по следующим разделам: «Общегосударственные вопросы» по сравнению с 2011 г. на 22,77%, «Национальная безопасность и правоохранительная деятельность» по сравнению с 2011 г. на 62,72%, «Жилищно-коммунальное хозяйство» расходы снизились по сравнению с 2011 г. на 54,36%, «Охрана окружающей среды» расходы снизились по сравнению с 2011 г. на 2,31%; «Здравоохранение, физическая культура и спорт» расходы снизились по сравнению с 2011 г. на 88,55%.

Кроме того, в 2011 г. расходы бюджета увеличились почти по всем разделам за исключением «Жилищно-коммунальное хозяйство» и «Охрана окружающей среды» и показатели сократились по сравнению с аналогичным периодом 2011 г. на 1,45% и 9,23% соответственно.

Расходы в разделе «Общегосударственные вопросы» увеличились на 46,49% по сравнению с 2010 г. Расходы по разделам «Образование», «Культура и кинематография, СМИ», «Здравоохранение, физическая культура и спорт» — увеличились на 26,52%, 21,69% и 23,55% соответственно. По разделам «Национальная безопасность и правоохранительная деятельность» — на 14,60%, по разделу «Социальная политика» — на 14,99% по сравнению с аналогичными показателями 2010 г. Самый большой рост по разделу «Национальная экономика» — на 86,09% по сравнению с 2010 г.

В целом по расходам бюджета города Калуга в 2012 г. наблюдается сокращение расходов бюджетных средств по

сравнению с 2011 г. Темп прироста составил — 4,90%. Это связано с тем, что в 2011 году произошла передача расходных полномочий на региональный уровень. В 2011 г. наблюдалась положительная динамика, расходы в целом увеличились на 19,78% по сравнению с 2010 г.

МО «Город Обнинск» является ведущим муниципалитетом Калужской области. Одна из главных задач исполнительных властей — это правильная координация действий всех муниципалитетов области, включая городской округ «Город Обнинск».

Формирование расходов бюджета г. Обнинска 2010–2012 гг. осуществлялось с учетом реализации приоритетов бюджетной политики в области расходов. При формировании расходной части бюджета одну из главных ролей сыграли обязательства, связанные с обеспечением социальных выплат и пособий отдельным категориям граждан, обязательств по оплате труда, расчетов за коммунальные услуги, которые были учтены в полной мере.

Рассмотрим общую структуру доходов города Обнинск. Наибольшими темпами увеличение доходов бюджета города происходит за счет неналоговых и безвозмездных перечислений, чей рост в 2012 г. по сравнению к 2010 г. увеличился на 52,64% и 29,35% соответственно. Меньшим темпом роста обладают налоговые доходы 18,32%.

В то же время в абсолютных величинах наибольшие доходы город получает от налоговых доходов и безвозмездных поступлений. В 2012 г. налоговые доходы посту-

Таблица 1. Динамика структуры доходов бюджета города Обнинска, тыс.руб.

Показатели	2010	2011	2012	Отклонение 2012/2010	
				Разница	%
Налоговые доходы	1 261 107	1 511 000	1 492 140	231 033	18,32
Неналоговые доходы	293 207	414 629	447 555	154 347	52,64
Безвозмездные перечисления	851 941	984 081	1 102 015	250 074	29,35
Всего доходов	2 406 255	2 909 710	3 041 710	635 454	26,41

Источник: составлено авторами.

Таблица 2. Доля отдельных видов доходов в общей структуре доходов бюджета города Обнинск

Показатели	2010		2011		2012		Отклонение 2012/ 2010 %
	тыс. руб.	уд.вес,%	тыс. руб.	уд.вес,%	тыс. руб.	уд.вес,%	
Налоговые доходы	1 261107	52,4	1511000	52	1 49240	49,1	-3,3
Неналоговые доходы	293207	12,2	414629	14,2	447555	14,7	2,5
Безвозмездные перечисления	851941	35,4	984081	33,8	1 102015	36,2	0,8
Всего доходов	2 406255	100	2 909710	100	3 041710	100	-

Источник: составлено автором

пили в сумме 1 492 140 тыс. руб., что больше данного показателя в 2010 г. на 231 033 тыс. руб. Безвозмездные перечисления в 2012 г. характеризовались суммой 1 102 015 тыс. руб., что выше уровня 2010 г. на 250 074 тыс. руб. Доля отдельных видов доходов в общей структуре доходов города представлена в таблице 2.

В 2011 г. в расходной части бюджета города наблюдается прирост показателей на 20,75%, с последующим снижением в 2012 г. до 1,53%.

Расходы отдела на культуру, спорт и молодежную политику характеризуются положительной динамикой роста с отклонением 2012 г. к 2010 г. на 49,52%, или увеличением на 112 115 тыс. руб. Объем финансового обеспечения Управления городского хозяйства также демонстрирует ежегодное возрастание.

Обращает внимание динамика расходов отдела управления потребительского рынка, транспорта и связи, которые возрастают в период 2010–2011 гг. на 1362,38% к предыдущему году (65 735 тыс. руб.) и умеренную динамику данного показателя в соотношении 2012/2011 г.г. на 10,49%. В целом отклонение 2012 г. к 2010 г. характеризуется увеличением на 1515,73%, что в денежном значении составляет 73 134 тыс. руб. Более того, прирост объема финансового обеспечения управления иму-

ущественных и земельных отношений 2012 г. от 2011 г. составил + 65,67% или + 2 200 тыс. руб. Объем финансирования управления социальной защиты населения в 2012 г. по сравнению с 2010 г. возрос на 70,64%.

Внедрение в практику управления муниципальных программ потребует отмены и методических корректировок, введение ряда дополнительных документов. Для этого возможно подвергнуть методической корректировке или отмене следующие документы:

— план социально-экономического развития территории на краткосрочную перспективу;

— доклады о результатах и основных направлениях деятельности субъектов бюджетного планирования;

— долгосрочные и ведомственные целевые программы.

В итоге хотелось бы отметить, что программно-целевой метод управления является новым и недостаточно разработанным инструментом управления бюджетными средствами на местном уровне. Однако, применение нового подхода к созданию и оценке муниципальных программ способно качественно улучшить и количественно увеличить их существующий перечень, предопределяя полноценное развитие программного формата бюджета в конкретном муниципалитете.

Литература:

1. Отчеты об исполнении бюджета муниципального образования «Город Калуга» за 2010–2012 годы.
2. Отчеты об исполнении бюджета муниципального образования «Обнинск» за 2010–2012 годы.
3. Балынин, И. В. Комплексная оценка социально-экономического развития Калужской области // Мировое общество: проблемы социально-экономического и духовно-политического развития Сборник научных статей Всероссийской научно-практической конференции. Финансовый университет при Правительстве РФ (Новороссийский филиал); под редакцией Л. С. Андрияновой. Пенза, 2013. с. 289–298.
4. Балынин, И. В. Комплексная модель оценки рисков несбалансированности субъектов Российской Федерации в контексте социально-экономического развития регионов // Аудит и финансовый анализ, 2014, № 3, с. 316–319.
5. Балынин, И. В. Рейтинговая оценка субъектов Российской Федерации по уровню риска несбалансированности региональных бюджетов (на основе разработанной модели) // РИСК: Ресурсы, информация, снабжение, конкуренция, 2014, № 3, с. 104–109.
6. Сергиенко, Н. С. Организация исполнения бюджета: учебное пособие / Н. С. Сергиенко. Калуга: изд-во ООО «Ваш домъ», 2011. — 232 с.
7. <http://www.admobninsk.ru/> — Официальный информационный портал Администрации МО «Город Обнинск».
8. <http://www.admoblkaluga.ru/sub/finan/> — сайт официального портала органов власти Калужской области.

Коэффициенты эффективности работы магазинов fashion-ритейла

Цибанова Наталья Николаевна, доцент

Национальный исследовательский Иркутский государственный технический университет

В статье рассматриваются вопросы эффективности работы магазинов в сфере fashion-ритейла. Исследуя показатели деятельности розничной торговой точки за несколько лет, автор определяет важные в целом для данной отрасли показатели, ориентируясь на которые возможно оценить уровень работы предприятий сферы. Итогом статьи является информация о теоретически обоснованных автором коэффициентах эффективности работы fashion ритейла.

Ключевые слова: ритейл; розничная торговля; fashion ритейл; конверсия; воронка продаж; коэффициенты эффективности.

Ритейл — это розничная торговля, реализация товаров конечным потребителям. Ритейлер — это любая компания, занимающаяся розничной торговлей — будь то супермаркет, магазин одежды или автосалон: в современной России любой более-менее крупный бизнес, занимающийся продажей розницы, называется ритейлом [1].

В отличие от оптовой торговли, товар, купленный в системе розничной торговли, не рассчитан на дальнейшую перепродажу, а предназначен для непосредственного использования конечным потребителем. Субъекты процесса розничной торговли — продавец и покупатель [2].

Рынок одежды в РФ (fashion ритейла) остается одним из самых привлекательных отраслевых направлений для развития современных форматов торговли, по следующим причинам: ежегодно рынок одежды растет на 8–10%, что значительно выше роста оборота розничной торговли (4–6% в год); на рынке одежды доминируют традиционные форматы (розничные рынки) — более 40% оборота, что позволяет эффективно развиваться современным торговым сетям в регионах, созданы условия для открытия магазинов. За последние десять лет построены более двух тысяч современных торговых центров и торгово-развлекательных комплексов с совокупной торговой площадью более 30 млн. квадратных метров; климатические условия и особенности менталитета заставляют россиян постоянно поддерживать траты на одежду и обувь на уровне до 10% в общей структуре расходов домохозяйств, причем этот уровень не сильно зависит от финансового статуса [3].

На долю одежды приходится около 60% объема рынка fashion, обуви — 36%, аксессуаров — около 4% [4].

Рынок обуви показывает рост в среднем лишь на 7% в год. Этот сегмент рынка насыщен, в том числе и потому, что пара хорошей обуви стоит в 3–5 раз дороже предмета одежды. Дальнейшие изменения на рынке обуви возможны из-за прихода в Россию крупных мировых игроков, которых пока нет или они присутствуют здесь в ограниченном масштабе. Ужесточение конкуренции уже сейчас заставляет российских игроков прибегать к новым методам привлечения клиентов и формирования лояльности [5].

Несмотря на очевидный потенциал развития, сфера розничной торговли в России еще слабо развита по сравнению с западными странами. В настоящее время происходит изменение российской модели потребления, которая все больше становится похожей на европейскую модель — в России наблюдается перемещение спроса от продовольственных товаров к одежде и бытовой технике. В 2005 году произошел «переломный момент» в структуре потребительской корзины, когда расходы на непродовольственные товары (40%) впервые превысили расходы на продовольствие (30%). Таким образом, все выше пе-

речисленные факторы делают российский рынок торговой розницы достаточно привлекательным для иностранных розничных сетей, которые постепенно осуществляют экспансию [6]. Таким образом, интерес к работе с потребителями в розничной торговле сегодня со стороны маркетологов высок, так как именно предпочтения потребителей и их лояльность являются наиболее важными составляющими продаж в рознице, соответственно, требуют проведения исследований и получение информации именно по этой сфере деятельности.

Как измерить эффективность работы розничной точки fashion ритейла? Какие показатели наиболее важны и поддаются прогнозированию и управлению? Автор данной статьи задался целью определить эти данные.

Коэффициент эффективности магазина — это показатели, на которых строится расчет эффективности магазина в целом, либо отдельных его отделов. Ключевыми показателями эффективности являются финансовые и нефинансовые показатели, используемые для оценки роста организации. Они показывают, насколько успешно организация функционирует и развивается. В большинстве случаев ключевые показатели эффективности (KPI) используются для оценки выполнения долгосрочных планов организации. Ключевые показатели эффективности (KPI — *Key Performance Indicators*) помогают организации, занимающейся розничной торговлей выполнять свою миссию, выявлять ключевые процессы и их участников, определяют цели. Ключевые показатели эффективности (KPI), также известны как ключевые показатели успеха (KSI — *Key Success Indicators*).

В процессе исследования мы сосредоточились только на тех составляющих контроля эффективности, которые наиболее применимы к отрасли fashion ритейла и являются специфическими для нее.

Безусловно, мы приняли во внимание другие составляющие работы розничной сферы, такие как сезонность, площади торгового помещения, периоды проведения акций и маркетинговых мероприятий, моно-, мультибрендовость ассортимента, время работы организации на рынке, сервисное обслуживание, качество товаров. Но все они являются условными индивидуальными переменными для каждого конкретного розничного формата (точки, магазина, супермаркета, центра) и на наш взгляд не могут быть использованы в качестве универсальных показателей.

Первым и самым важным параметром в работе предприятия любого формата отрасли fashion ритейла является Воронка продаж. Это источник информации, который после тщательного анализа демонстрирует недоработки на различных этапах и подсказывает пути оптимизации бизнес-процессов. Получить данные для составления и анализа Воронки продаж просто: достаточно

постоянно вести учет трех критериев: количество посетителей магазина, количество примерок, количество покупок.

Воронка продаж — это термин, обозначающий этапы процесса продаж, установленный в каждой конкретной компании. Концепция Purchase Funnel («воронка приобретения»), описывающая психологию потребителя, была предложена еще в 1898 году, и разработал ее американский адвокат Элиас Сэнт Элмо Льюис. В 1926 году Уильям Таунсенд из Bond Salesmanship проассоциировал изначальное понятие Purchase Funnel с концепцией AIDA (Attention — внимание, Interest — интерес, Desire — желание и Action — действие). С тех пор воронка продаж получила множество похожих названий (Sales Pipeline, Sales Funnel, Customer Funnel, Marketing Funnel) и стала одной из базовых и самых ярких метафор маркетинга [7].

Воронка — довольно популярный и удобный способ демонстрации сведений. Многие менеджеры воспринимают ее только как некий отчет, забывая (или даже не подозревая), что это деловой инструмент с большим функционалом. Воронка позволяет контролировать продажи и реально управлять ими, а не просто смотреть на результаты. Ее использование в деловой практике очень распространено в зарубежных компаниях, в России этот инструмент пока используют неэффективно либо не используют вообще. В основном воронку продаж применяют при оценке эффективности работы интернет-магазинов. К конкретным сферам экономики метод не адаптирован.

Рассмотрим функции воронки продаж. Прежде всего, это осмысленный контроль процесса продаж: выращивание клиента, то есть управляемый переход потенциального клиента к сделке (другими словами, воспитание лояльного клиента). Так же это наглядная демонстрация конверсии по каждому этапу: наблюдения за тем, как заполняется воронка, и четко определяется эффективность канала продвижения. Это возможность прогнозирования: воронка позволяет прогнозировать, каким образом будет заполнен тот или иной этап через месяц (два, три и т.д.). На основе этих прогнозов составляются планы.

Воронка продаж графически выглядит очень символично — широкий верх и узкий низ: ведь не все заинтересованные клиенты дойдут до покупки, то есть на выходе клиентов значительно меньше, чем на входе в воронку. Часть клиентов откажется от сделки на том или ином этапе, а часть будет перемещаться по воронке циклами, возвращаясь на предыдущие этапы.

Каждый этап воронки продаж подчиняется определенным правилам, которые определяют ход действий по отношению к клиенту. Цель любого этапа: перевести клиента на следующий этап, и в конечном счете — к покупке. В зависимости от сферы и особенностей продаж каждый менеджер корректирует воронку по-своему. Но в общем виде она содержит следующие секции:

— Потенциальные покупатели (самая широкая секция воронки).

— Клиенты, с которыми был осуществлен первый контакт (независимо от наличия обратной связи).

— Потенциальные покупатели, заинтересовавшиеся предложением.

— Обсуждение цены (для некоторых фирм этот этап не нужен, так как цена — единая для всех клиентов).

— Заключение договора.

— Оплата (именно этот этап считается окончанием процесса продаж, так как подписание договора не всегда означает, что клиент действительно оплатит товар).

Вот один из общих вариантов визуализации воронки продаж, который отражает маркетинговую работу с потенциальными клиентами, этап сбыта и дальнейший переход клиента к статусу лояльного. Дробление на сегменты отражает всегда один и тот же процесс, но может быть описано с помощью разных этапов и процентных значений:

- все потенциальные клиенты (число, 100%);
- потенциально новые (число, 100%);
- потенциально заинтересованные (число и процент);
- потенциально готовые (число и процент);
- потенциальная оплата (число и процент);
- активные клиенты (число и процент);

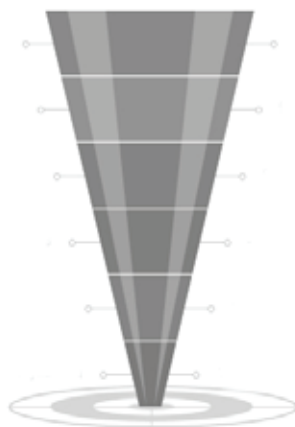


Рис. 1. Графическая схема воронки продаж

— «закрытые» клиенты (число и процент).

При этом процент клиентов, перешедших на следующий этап воронки, можно считать как от 100%, так и от значений предыдущего этапа [7].

Возможны разные варианты схематичного изображения воронки продаж в зависимости от реалий конкретного бизнеса. К примеру, для розничной торговли одеждой и обувью будут важны такие сегменты как «визиты», «примерки», «покупки». Именно из них будет состоять Воронка.

Воронка продаж для сегмента розничной торговли одеждой и обувью будет иметь следующий вид:

Почему именно так? Давайте для начала определимся с понятиями.

Визит — посетитель зашел в торговую точку. Цель его пока не ясна. Он проявил свой интерес к розничной торговой точке до такой степени, что принял решение зайти.

Примерка — от слова ПРИМЕРЯТЬ 1) а) Надевать, прикладывать или накладывать что-либо с целью выяснения соответствия нужной мере. б) перен. разговорное Сопоставлять, соразмерять что-либо с чем-либо 2) Прибавлять, отмеривая [8]. Таким образом, примерка — это проявленный интерес к ассортименту розничной точки, это возможность покупки. Это потенциальное согласие посетителя стать покупателем при определенных условиях.

Покупка — это заключение сделки между покупателем и продавцом. Это этап, когда посетитель становится покупателем.

Именно из этих основных этапов состоит процесс продаж в сфере ритейла.

Второе. Это — Конверсия. Конверсия — соотношение количества совершивших покупку клиентов к общему количеству зашедших в магазин посетителей за единицу времени [9].

Главная задача любого магазина — конвертировать посетителей в покупателей. Чем больше количество покупателей, тем выше эффективность работы магазина. Конверсия — это показатель эффективности того или иного уровня воронки. Чтобы померить конверсию воронки, нужно нижестоящий уровень разделить на вышестоящий. То есть если поделить количество визитов на количество

примерок, а количество примерок поделить на количество покупок. Мы получим конкретный показатель конверсии. Например, 1%. Это значит, что конверсия, или эффективность уровня «посетитель — покупатель», — 1%, а именно: один из ста посетителей магазина сделал покупку. Чтобы посмотреть конверсию, например, на этапе «примерки — покупки», мы должны разделить количество примерок на число покупок.

Конверсия — это показатель эффективности того или иного уровня воронки. Чтобы померить конверсию, мы работаем с двумя соседними уровнями. Также мы можем проверить эффективность каждого из уровней бизнеса и бизнеса как такового. Например, самый нижний уровень (продажи) можно разделить на самый верхний уровень (количество посетителей). И станет ясно, с какой эффективностью наша бизнес-система перерабатывает входящие попытки в нужные результаты.

Говоря о розничном магазине, логично выделить три уровня: визиты, примерки, покупки. Для определения воронки продаж возьмем за 100% количество посетителей одной розничной торговой точки в год, относительно этого показателя вычислим значения примерок и покупок в год. Таким образом мы получим цифры для построения Воронки продаж. Для этого понадобятся данные об общем количестве посетителей, примерок и покупок в год. Сравним данные за 2010–2013 годы, за период четырех лет.

Воронка продаж будет выглядеть так: Визиты (100%) → Примерки (процент от Визитов) → Покупки (процент от визитов). Т. е. все данные получаются путем деления нижних уровней воронки на верхний.

Из Таблицы 1 ясно, что наиболее эффективной Воронкой продаж в период один календарный год является Воронка с показателями 100–30–19, полученная по результатам работы точки в 2012 году. Из 100 посетителей магазинов 30 совершили примерку, 19 сделали покупки, т.е. конверсия (процесс превращения посетителей в покупателей) составила 19%. По некоторым источникам в интернете, неподтвержденным исследованиями, к нормальной для магазинов одежды и обуви считается конверсия в размере 25–30%. Но отрасль розничной торговли специфична кластерной индивидуализацией,

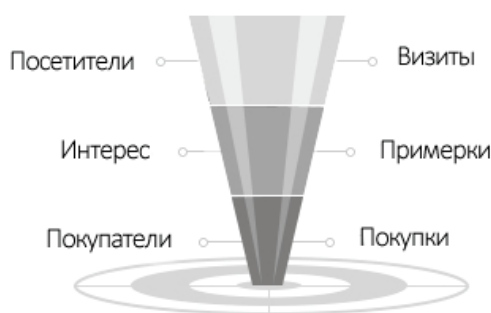


Рис. 2. Воронка продаж для розничного сегмента одежды и обуви

Таблица 1. Исходные данные для определения воронки продаж.

Исходные показатели воронки продаж за 2010 год	Исходные показатели воронки продаж за 2011 год
Посетители 8 011 (100%)	Посетители 10 507 (100%)
Примерки 1 749 (22%)	Примерки 2 699 (26%)
Покупки 1 082 (13,5%)	Покупки 1 625 (15,5%)
ВОРОНКА	ВОРОНКА
100–22–13,5	100–26–15,5
Исходные показатели воронки продаж за 2012 год	Исходные показатели воронки продаж за 2013 год
Посетители 7 994 (100%)	Посетители 9 848 (100%)
Примерки 2 403 (30%)	Примерки 1 943 (20%)
Покупки 1 533 (19%)	Покупки 949 (10%)
ВОРОНКА	ВОРОНКА
100–30–19	100–20–10

и каждому объекту необходимо определить свои показатели.

Далее обозначим коэффициент отношения примерок к визитам как $k1$ (ПрВ), коэффициент отношения покупок к примеркам как $k2$ (ППр), коэффициент отношения покупок к визитам как $k3$ (ПВ). Согласно показателям эффективности воронки продаж самыми эффективными являются показатели 100–30–19, полученные в 2012 году.

Итак,

$$k1 (\text{ВПр}) = \text{Примерки} / \text{Визиты}$$

$$k2 (\text{ППр}) = \text{Покупки} / \text{Примерки}$$

$$k3 (\text{ПВ}) = \text{Покупки} / \text{Визиты}$$

В Таблице 2 представлены коэффициенты $k1$ (ПрВ), $k2$ (ППр) и $k3$ (ПВ) по месяцам в периоды исследования 2010, 2011, 2012, 2013 годы. Показатели расположены в период с сентября, поскольку начало сезона высоких продаж совпадает с началом сезона деловой активности населения после летнего периода, поэтому полный сезон удобнее наблюдать в период с подъема до спада.

Известно, что спрос в течение года на fashion товары неоднороден. Поэтому имеет смысл рассмотреть подробно значения коэффициентов внутри годового периода.

Согласно таблице 2 самыми высокими показателями $k1$ (ПрВ) по периоду один месяц являются значения 0,4–0,6, показатели $k2$ (ППр) 0,6–0,8, показатели $k3$ (ПВ) 0,2–0,4. Таким образом, оптимальными для розничного направления торговли одежной и обувью будут являться средние значения показателей:

$$k1 (\text{ПрВ}) = \text{Примерки} / \text{Визиты} = 0,5$$

$$k2 (\text{ППр}) = \text{Покупки} / \text{Примерки} = 0,7$$

$$k3 (\text{ПВ}) = \text{Покупки} / \text{Визиты} = 0,3$$

Т. е. нормой будет считаться, когда: 50% посетителей осуществляют примерку, 70% примеривших осуществляют покупку, 30% посетителей осуществляют покупку.

С помощью этих универсальных «ориентиров» — коэффициентов fashion ритейла 50–70–30 — возможно отслеживать, насколько правильно работает каждый отдел компании в этой сфере, регулировать уровни и совершенствовать технологии продаж. Теоретическая и практическая значимость коэффициентов заключается в возможности дальнейшего их использования как в теоретических разработках данной проблематики, так и в работах прикладного характера, направленных на решение актуальных задач, связанных с формированием и внедрением маркетингового инструментария в сфере fashion ритейла.

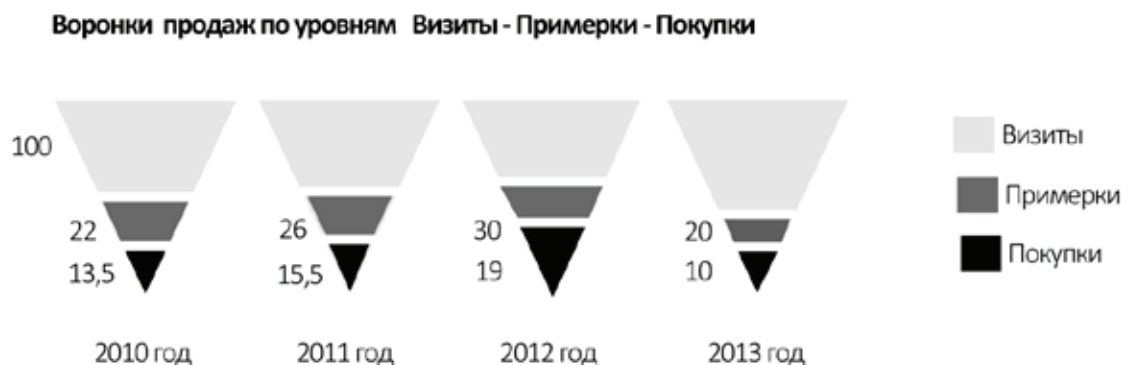


Рис. 3. Воронки продаж по годам 2010–2013 на основе данных таблицы 1

Таблица 2. Коэффициенты k1 (ПрВ), 2 (ППр) и k3 (ПВ) по месяцам в периоды исследования

Сезон 2009-2010	сентябрь	октябрь	ноябрь	декабрь	январь	февраль	март	апрель	май	июнь	июль	август
k1 примерки\визиты	0,2	0,3	0,4	0,6	0,5	0,4	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
k2 - покупки\примерки	0,3	0,3	0,6	0,7	0,7	0,8	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,4
k3- покупки\визиты	0,1	0,2	0,2	0,4	0,3	0,3	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Сезон 2010-2011	сентябрь	октябрь	ноябрь	декабрь	январь	февраль	март	апрель	май	июнь	июль	август
k1 примерки\визиты	0,2	0,4	0,3	0,3	0,3	0,3	0,2	0,1	0,1	0,2	0,2	0,1
k2 - покупки\примерки	0,4	0,6	0,7	0,7	0,6	0,7	0,5	0,1	0,3	0,4	0,4	0,3
k3- покупки\визиты	0,1	0,2	0,3	0,3	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Сезон 2011-2012	сентябрь	октябрь	ноябрь	декабрь	январь	февраль	март	апрель	май	июнь	июль	август
k1 примерки\визиты	0,2	0,3	0,4	0,4	0,4	0,2	0,1	0,1	0,06	0,1	0,1	0,1
k2 - покупки\примерки	0,5	0,5	0,6	0,8	0,7	0,6	0,6	0,4	0,3	0,3	0,4	0,4
k3- покупки\визиты	0,1	0,1	0,2	0,3	0,3	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Сезон 2012-2013	сентябрь	октябрь	ноябрь	декабрь	январь	февраль	март	апрель	май	июнь	июль	август
k1 примерки\визиты	0,2	0,2	0,3	0,3	0,2	0,1	0,2	0,1	0,1	0,2	0,2	0,1
k2 - покупки\примерки	0,4	0,4	0,6	0,6	0,6	0,4	0,5	0,1	0,6	0,3	0,5	0,1
k3- покупки\визиты	0,1	0,2	0,2	0,2	0,3	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1

Литература:

1. <http://www.trademangement.ru/termin/57/>, дата обращения 04.01.2015
2. <http://www.trademangement.ru/termin/57/>, дата обращения 04.01.2015
3. https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A0%D0%BE%D0%B7%D0%BD%D0%B8%D1%87%D0%BD%D0%B0%D1%8F_%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B3%D0%BE%D0%B2%D0%BB%D1%8F, дата обращения 04.01.2015
4. <http://infoline.spb.ru/upload/iblock/336/3366a687335d6a870696e150d0673486.pdf>, дата обращения 04.01.2015
5. <http://expert.ru/northwest/2014/11/obilno-odetyie-zhenschiny/>, дата обращения 04.01.2015
6. <http://franchisinginfo.ru/statya/540/rossiyskiy-gynok-fashion-riteyla-2014/>, дата обращения 04.01.2015
7. <http://www.samoupravlenie.ru/48-08.php>, дата обращения 04.01.2015
8. <http://www.salesportal.ru/archives/5838>, дата обращения 04.01.2015
9. <http://www.vedu.ru/> дата обращения 04.01.2015
10. <http://www.buslergroup.com/6-pokazatelej-effektivnosti-raboty-roznicnogo-magazina.html>, дата обращения 04.01.2015

Развитие системы транспортного страхования внешнеэкономической деятельности Российской Федерации в условиях глобализации

Шаманина Любовь Юрьевна, магистрант
 Российская таможенная академия (г. Москва)

В данной статье приведены результаты анализа системы транспортного страхования внешнеэкономической деятельности Российской Федерации в условиях глобализации.

Ключевые слова: транспортное страхование, внешняя экономическая деятельность, транспортные риски, мировой рынок, конкурентоспособность.

Усиление взаимосвязи, взаимодействия и взаимозависимости экономик, экономических систем разных стран мира, интернационализация производства явля-

ются на сегодняшний день наиболее очевидными признаками глобализации. В условиях глобализации вовлеченность РФ во внешнеэкономическую деятельность

(далее — ВЭД) является залогом ее полноценного экономического взаимодействия с миром. Принципиально меняется роль предприятия как основного субъекта ВЭД. Оно сегодня получило право самостоятельно работать на внешних рынках [3, с. 89].

Глобализация мировой экономики является стимулом для российских компаний и предприятий к осуществлению внешнеэкономической торговли. Благодаря проникновению на зарубежные рынки появляются новые возможности сбыта продукции. Несомненная выгода от участия страны в ВЭД актуализирует необходимость разработки системы экономического сотрудничества России с другими государствами в сфере торговли.

РФ, являясь полноправным членом мирового экономического сообщества, в полной мере вовлечена во внешнеэкономическую деятельность. Только по статистическим данным за январь-ноябрь 2011 года страна импортировала товаров на сумму 277 136\$ млн., экспорт в денежном отношении составил 466 180,2\$ млн. В 2012 году экспорт и импорт товаров возрос соответственно на 2,434% и 2,505% (что составило в первом случае 477527,4\$ млн., а во втором — 284079\$ млн.). В 2013 и 2014 годах те же показатели понизились в связи с влиянием мирового кризиса на экономику РФ, введением в ее отношении санкций (2013 год — 429966,4 \$ млн. и 258040,1\$ млн., 2014 год — 422728,0 \$ млн. и 241942,0 \$ млн., соответственно). При этом, торговые показатели достаточно велики, чтобы позволить констатировать значительное присутствие России на мировом рынке [5].

Степень необходимости интеграции России в мировую экономику отражена во Внешнеэкономической стратегии Российской Федерации до 2020 года. В ней говорится, что присутствие государства на международной арене становится все более заметным. Российские компании активно выходят на мировой рынок. В связи с этим, они нуждаются в системной и масштабной поддержке, заключающейся в помощи по преодолению барьеров для доступа на внешние рынки [1].

Одним из видов поддержки и средством соблюдения интересов российского экспортера является транспортное страхование.

Совершенствование транспортного обеспечения внешнеэкономических отношений российского государства со странами мира, основной составляющей которого как раз и является транспортное страхование, считается одним из наиболее результативных способов активизации международной торговой деятельности государства. От эффективности транспортной системы зависит то, насколько успешно ВЭД государства. Транспортные операции делают возможным осуществление обработки и перемещения больших объемов товаров на значительные расстояния от изготовителей до потребителей. Надежность доставки товаров от производителя к покупателю в обусловленные сроки без потерь и порчи с минимальными издержками должна быть обеспечена посредством

правильной транспортировки, гарантируемой грамотной организацией логистической цепи [3, с.185].

Транспортировка товаров связана с несомненным риском. Развитие предпринимательства сделало необходимым исследование вопросов оценки и управления риском в сфере экономики и финансов. Стоит отметить, что под риском понимается вероятность наступления опасности, неблагоприятного события с конкретными последствиями и неопределенной величиной ущерба. Ущерб — это убыток, урон экономического, социального, экологического или смешанного характера, определяемый как условные средние потери за соответствующий период времени. Ожидаемый ущерб в ситуациях, связанных с риском, отличается неопределенностью своей величины [2, с. 55–64].

В связи с активным участием России в ВЭД и, в том числе, с вступлением России во Всемирную торговую организацию (далее — ВТО), система транспортного страхования претерпевает значительные изменения.

ВТО и все мировое сообщество в целом уделяет большое внимание приведению национальных стандартов в соответствие с международными требованиями. В связи с этим, РФ необходимо совершенствовать страховое законодательство и систему функционирования национальной страховой системы в целом.

Модернизация отрасли должна начинаться с ряда последовательных шагов по либерализации рынка страхования РФ, сопровождающегося установлением регулирующих мер. Их цель — поддержка отечественных страховщиков, которая не будет противоречить обязательствам перед международным сообществом и позволит российским страховщикам постепенно приобщиться к международным стандартам страховой деятельности [6]. Положительный результат принесет введение налоговых льгот для страховщиков, инвестирующих средства в инфраструктурные проекты на долгосрочной основе на территории РФ [4].

На сегодняшний день внешнеэкономическое страхование в большей мере является обязательным. Имущественное страхование, в том числе транспортное страхование, обеспечивают деятельность таможенных перевозчиков и брокеров и т.п.

Поддержка политики сохранения обязательного страхования в России является важной мерой государственного регулирования. Подобный шаг позволит развивать отрасль страхования до такого уровня, при котором отечественные страховщики смогут быть конкурентными, осуществляя свою деятельность в условиях ВЭД.

Стоит также отметить, что в процессе совершенствования системы страхования в РФ потребуется вносить ряд изменений в соответствующие правовые нормы с целью унификации условий отечественного и зарубежного страхования. Только в этом случае возможно будет страховать риски, прежде всего транспортные, по принятым в мире правилам.

На сегодняшний день услуги по оказанию транспортного страхования, предлагаемые отечественными стра-

ховщиками и европейскими коллегами, полностью совпадают. Многообразие же транспортных рисков и их страновая диверсификация требуют разработки новых специализированных страховых продуктов. К их созданию объективно вынуждают постоянно растущие риски в сфере транспортного страхования.

Рынок страхования РФ является перспективной площадкой привлечения дополнительной прибыли для иностранных страховых компаний, обладающих большим опытом ведения профессиональной деятельности и пользующихся доверием у отечественных предпринимателей. Появление иностранных компаний в сегменте страхования вызовет колебания фондового рынка, которые, в свою очередь, окажут значительное влияние на страховой рынок РФ. Для его стабилизации необходимо осуществлять государственный контроль страховой деятельности.

При этом, приход на рынок страхования РФ иностранных компаний будет связан для них с определенными сложностями, которые дадут возможность отечественным страховщикам обеспечить масштабное присутствие на рынке и предложить конкурентоспособные услуги страхования. Национальным страховым компаниям нужно удержать и укрепить систему транспортного страхования, полноценно развитую в центральном регионе России, и распространить свою деятельность на всю территорию РФ. Необходимо развить эффективную политику в отношении взаимодействия со страхователями с учетом спроса на услуги страхования, ведь спрос на страховые продукты в РФ значительно отличается от существующего спроса в Европе и других странах. Кроме того, необходимо учитывать и специфику экономической деятельности РФ. Подобный подход обусловит возможность доминирования отечественных страховых компаний в регионах.

На сегодняшний день прямая конкуренция между российскими и иностранными страховщиками невелика из-за того, что иностранцы специализируются большей частью на страховании жизни и предприятий. Российские страховые организации занимаются в основном разнопрофильным рискованым страхованием. Однако и те, и другие заинтересованы в предоставлении услуги транспортного страхования, что создает необходимость повышения привлекательности страховых компаний именно в сфере предоставления транспортного страхования ВЭД.

Некоторые крупные компании, доля иностранного участия в уставных капиталах которых составляет 100%, достаточно активно ведут себя на рынке транспортного

страхования, представляя серьезную конкуренцию отечественным страховщикам. Это такие компании, как РОСНО, ЦЮРИХ, ОРАНТА, АЛЬЯНС, ЭРГО РУСЬ [7]. Для повышения конкурентоспособности российских страховых компаний значение может иметь и снижение страховой ставки, и предложение дополнительных страховых услуг, скидок, бонусов. Однако, все эти шаги должны быть экономически выверенными во избежание финансовых потерь со стороны предоставляющей свои услуги страховой компании.

Еще одной немаловажной проблемой оказания услуг транспортного страхования российскими компаниями является недостаток имеющихся в их распоряжении финансовых средств. Страхование крупных транспортных внешнеэкономических рисков в связи с недостатком собственных средств у российских страховых компаний осуществляется иностранными государствами в лице западных перестраховочных компаний. Это несет угрозу экономической безопасности страны.

Кроме того, система внешнеэкономического страхования, является слабым звеном всего национального рынка страхования, представители ВЭД обращаются за услугами страхования рисков к иностранным страховым компаниям, предлагающим свои услуги если и не по достаточно низкой ставке страхования, то гарантирующим надежность оказания услуг. Вызванная этим неостребованность страховых услуг, предлагаемых отечественными компаниями, приводит к сокращению количества участников российского страхового рынка. В 1997 году в России работали около 2400 страховщиков, в январе 2001–980 страховых компаний, в июле 2010 году было зарегистрировано 637 компаний и 152 перестраховочные организации. По данным Федеральной службы страхового надзора (ФССН), на январь 2013 года в государственном реестре страховщиков значится 445 компаний, исключая 101 перестраховочную. В 2014 году значительных изменений не произошло [7].

В связи с этим стоит отметить, что законодательные ограничения на осуществление страховой деятельности на территории России иностранными страховыми компаниями вполне адекватно отражают необходимость поэтапной либерализации национальной страховой системы России. Они гарантируют постепенность открытия страхового рынка РФ для иностранных компаний, позволяя отечественным страховщикам адаптироваться к условиям осуществления деятельности в условиях открытого рынка и повысить конкурентоспособность.

Литература:

1. Концепция развития страхования в Российской Федерации (одобрена распоряжением Правительства РФ от 25.09.2002 № 1361-р.) 2004 № 8–120 с.
2. Гончаренко, Л. П. Риск-менеджмент: учеб. пособие. — Изд. 3 /Л. П. Гончаренко, С. А. Филин. — М.: КноРус, 2010. — 215 с.
3. Сорокин, С. Л. Внешнеэкономическая деятельность предприятия: экономика и управление: учеб. пособие / С. Л. Сорокин. — Минск: Соврем. школа, 2006. — 283 с.

4. Официальный сайт Федеральной налоговой службы — www.nalog.ru
5. Официальный сайт Федеральной таможенной службы — www.customs.ru
6. Официальный сайт Всероссийского Союза Страховщиков. — www.oliverwyman.com
7. Официальный сайт Федеральной службы по страховому надзору при Министерстве Финансов РФ — www.fssn.ru

Этапы формирования стратегии венчурного финансирования в условиях кризиса

Шеховцев Егор Александрович, магистрант
Финансовый университет при Правительстве РФ (г. Москва)

В статье рассматривается важность необходимости проработанной стратегии при формировании механизмов венчурного финансирования, которая позволяет не только определить направления деятельности организации и пути ее развития, а также варианты снижения инвестиционного риска, но способствует и эффективному распределению финансовых ресурсов, что является весьма значимым в кризисный период.

Введение

Развернувшийся экономический кризис, и его последствия, показали уязвимость экономической модели России, основанной на экспорте сырьевых ресурсов. Правительством РФ принимаются меры по укреплению, как финансового сектора экономики, так и по укреплению реальной экономики активно рассматриваются вопросы развития наукоемких производств в области промышленности, электроники, медицины и др. Отличительными особенностями подобных проектов является:

- необходим большой промежуток времени для реализации проекта;
- требуется большая подготовительная работа;
- финансовые ресурсы, которые были вложены в осуществление этого проекта, начнут приносить прибыль только через несколько лет.
- высокая степень риска.

И если важность развития инновационной деятельности ни у кого не вызывает сомнений, то ответить на вопрос как способствовать этому развитию до сих пор остается спорным.

Основной проблемой в развитии инновационной деятельности в России является формирование механизмов долгосрочного финансирования инновационных проектов. Необходимо разработать такой механизм, который с одной стороны содействовал бы внедрению в производство новейших достижений НТП, а с другой — позволял бы сводить к минимуму финансовый риск инвесторов. Одним из таких механизмов является венчурное (рисковое) финансирование инноваций. [1]

Основная часть

Именно венчурный капитал способствовал реализации, во второй половине прошлого столетия, ряда крупнейших инноваций в области информационных технологий, микроэлектроники, биотехнологий и в других вы-

сокотехнологичных отраслях экономики этих стран. Венчурный капитал способствовал успеху таких известных компаний, как Microsoft, Intel, Apple Computer, Lotus, Solectron, Brookstone, Genen Tech, Sports Authority, Au Bon Pain, Federal Express и многих других [2].

С начала этого года до конца III квартала венчурные инвестиции в России суммарно сократились на 58% к уровню всего 2013 года — венчурным проектам удалось привлечь только \$1,3 млрд. Об этом говорится в совместном отчете Российской ассоциации венчурного инвестирования (РАВИ) и Российской венчурной компании (РВК), изучивших деятельность более 300 фондов с совокупным капиталом около \$30 млрд. Сильнее всего — на 87% — сократились инвестиции фондов с участием госкапитала: они вложили за девять месяцев лишь \$116 млн. Корпоративные фонды уменьшили инвестиции на 61% до \$44 млн., посевные — на 48% до \$51 млн. Инвестиции с участием зарубежных фондов составили \$117 млн., это всего 30% от прошлогоднего уровня. [3]

Главная причина сокращения инвестиций — сложная экономическая ситуация на российском и глобальных рынках. Затруднен доступ к зарубежным капиталам для создания новых фондов. В ситуации экономического кризиса инвесторы стали более осмотрительными, и при оценке потенциальных проектов они придерживаются консервативной стратегии.

Для эффективного осуществления венчурного инвестирования в условиях кризиса необходимо иметь и применять систему процедур, правил, критериев, в соответствии с которыми осуществляется отбор объектов инвестирования, управление процессом реализации инвестиционных проектов, возврат инвестиций и оценка их эффективности. Помочь в решении данных вопросов может разработанная инвестиционная стратегия.

Инвестиционная стратегия представляет собой систему долгосрочных целей инвестиционной деятельности предприятия, определяемых общими задачами его раз-

вития и инвестиционной идеологией, а также выбор наиболее эффективных путей их достижения [4].

Наличие стратегии развития венчурного финансирования инновационных проектов помогает более оперативно реагировать на изменения условий внешней и внутренней среды.

В основе разработки инвестиционной стратегии организации лежат принципы новой управленческой парадигмы — системы стратегического управления.

Принцип инвестиционной гибкости и альтернативности. Инвестиционная стратегия должна быть разработана с учетом адаптивности к изменениям факторов внешней инвестиционной среды. Помимо прочего в основе стратегических инвестиционных решений должен лежать активный поиск альтернативных вариантов направлений, форм и методов осуществления венчурного финансирования, выбор наилучших из них, построение на этой основе общей инвестиционной стратегии и формирование механизмов эффективной ее реализации.

Инновационный принцип. Формируя инвестиционную стратегию, следует иметь в виду, что инвестиционная деятельность является главным механизмом внедрения инноваций, обеспечивающих рост конкурентной позиции организации на рынке. Поэтому реализация общих целей стратегического развития организации в значительной степени зависит от того, насколько его инвестиционная стратегия отражает достигнутые результаты технологического прогресса и адаптирована к быстрому использованию новых его результатов.

Принцип минимизации инвестиционного риска. Практически все основные инвестиционные решения, принимаемые в процессе формирования инвестиционной стратегии, в той или иной степени изменяют уровень инвестиционного риска. В первую очередь это связано с выбором направлений и форм инвестиционной деятельности, формированием инвестиционных ресурсов, внедрением новых организационных структур управления венчурным финансированием. Особенно сильно уровень инвестиционного риска возрастает в периоды колебаний ставки процента и роста инфляции.

Принцип компетентности. Какие бы специалисты не привлекались к разработке отдельных параметров инвестиционной стратегии организации, ее реализацию должны обеспечивать подготовленные специалисты, имеющие большой опыт в данной области [5].

В условиях сложившегося кризиса наиболее актуальна будет следующая последовательность формирования венчурной стратегии.

1. Определение общего периода формирования инвестиционной стратегии
2. Формирование стратегических целей венчурной деятельности
3. Формирование системы инвестиционных критериев
4. Определение стратегических направлений формирования инвестиционных ресурсов
5. Оценка эффективности разработанной венчурной стратегии

Период формирования инвестиционной стратегии

Период формирования инвестиционной стратегии зависит от нескольких параметров:

— от продолжительности периода, принятого для формирования общей стратегии развития предприятия — инвестиционная стратегия предприятия не может выходить за пределы этого периода;

— возможностей прогнозирования состояния развития экономики и инвестиционного рынка [4].

— отраслевой принадлежности [4];

— размеров предприятия. Чем больше предприятие, тем на более длительный срок требуется разрабатывать стратегию [4].

Формирование стратегических целей венчурной деятельности

Под стратегическими целями венчурной деятельности предприятия понимают описанные в формализованном виде желательные параметры стратегической инвестиционной позиции, позволяющие вести эту деятельность в долгосрочной перспективе и оценивать ее результаты [4].

При формировании целей, необходимо отметить, что цели частных (негосударственных) и государственных инвесторов имеют небольшие отличия.

Применительно к негосударственным инвесторам, основную цель венчурного финансирования можно сформулировать как обеспечение максимального дохода на инвестиции при приемлемом уровне риска.

Государственное участие в венчурном финансировании преследует несколько другие цели, которые условно можно разделить на два направления: инновационно-технологическая цель и финансово-инфраструктурная [6].

Формирование системы инвестиционных критериев

В соответствии с выбранными целями формируется система инвестиционных критериев, значимых для инвесторов и необходимых для выбора конкретного актива для инвестирования среди множеств аналогичных активов.

При этом необходимо иметь в виду, что система инвестиционных критериев, полученная в результате анализа по изложенному выше алгоритму, должна регулярно пересматриваться с учетом постоянно меняющихся в экономике и правовой системе условий функционирования венчурного фонда.

Выделяют две стратегии отбора объектов инвестирования. Первая стратегия заключается в том, что фонды работают с теми отраслями экономики, где можно ожидать быстрого роста; в этих отраслях фонды ищут перспективные компании. Вторая стратегия — искать быстрорастущие компании независимо от отрасли, в которой работают фирмы.

Однако отрасли — лишь один из критериев, которым руководствуются инвесторы. Приведем более подробную характеристику инвестиционных критериев.

Характеристика рынка. Определяется отраслью, к которой относится бизнес, и *методология бизнеса*. Благоприятными для инвестора являются следующие факторы:

- положительная динамика темпов роста отрасли (выше среднего в экономике);
- хорошие перспективы сбыта продукции, значительный потенциал роста продаж;
- возможность для инвестора быстро увеличить стоимость предприятия (бурный рост рынка, замена технологий);
- низкий уровень конкуренции, наличие барьеров входа;
- предприятие выпускает экспортную, импортозамещающую продукцию;
- продукция среднего или высокого пределов, с высоким показателем добавленной стоимости.

Исключением из общих правил являются: оборонная, табачная промышленность, игровой бизнес, экологически небезопасные производства.

Состояние бизнеса. Важными факторами являются:

- стадия развития бизнеса;
- лидирующие позиции на рынке (лидер или заметный игрок в отрасли или сегменте рынка);
- наличие конкурентных преимуществ (долгосрочное лицензия, продвинутые торговые марки, наличие редких ресурсов, высокая стоимость замены оборудования, затрудняющая приход на рынок новых конкурентов);
- структура бизнеса, обеспечивающая инвесторам контроль над доходами от деятельности;
- финансовая прозрачность, отсутствие долгов;
- уверенный рост относительно отрасли в целом и других компаний (темпы роста выше рынка), положительная динамика в предыдущие годы;
- финансовые результаты деятельности (годовой оборот предприятия, рентабельность, рыночная стоимость) Пороговые значения определяются размером капитала фонда.

Управленческая команда. Критериями успешности являются:

- профессионализм и активность менеджерской команды;
- опыт, доскональное знание бизнеса;
- приверженность международным принципам корпоративного управления;
- продуманная и четко изложенная концепция бизнеса, четкая программа реализации проекта.

Определение стратегических направлений формирования инвестиционных ресурсов

Под инвестиционными ресурсами подразумевают все формы капитала, привлекаемого для вложений в объекты реального и финансового инвестирования.

Формирование инвестиционных ресурсов носит регулярный, непрерывный характер и сопровождает все стадии жизненного цикла предприятия, а также является

основным условием осуществления инвестиционной деятельности и неразрывно связано с ее целями и направлениями. С одной стороны, формирование ресурсов является финансовой базой реализации разработанной инвестиционной стратегии, а с другой — самостоятельным блоком стратегии, по которому определяются стратегические целевые нормативы.

Основной целью формирования инвестиционных ресурсов предприятия является удовлетворение потребности в приобретении необходимых инвестиционных активов и оптимизация их структуры с позиции обеспечения эффективных результатов инвестиционной деятельности. Возможности такого формирования во многом определяются достигнутой структурой капитала предприятия, т.е. соотношением собственных и заемных источников.

Суть стратегии формирования инвестиционных ресурсов заключается в обеспечении необходимого уровня самофинансирования инвестиционной деятельности предприятия и наиболее эффективных форм привлечения заемного капитала из различных источников осуществления инвестиций.

Эффективное формирование инвестиционных ресурсов в разрезе отдельных источников является важнейшим условием финансовой устойчивости предприятия, а рациональная структура источников позволяет снизить уровень инвестиционных рисков и предотвратить угрозу банкротства предприятия [4].

Оценка эффективности разработанной венчурной стратегии

Под показателем эффективности понимается числовая характеристика, которая позволяет оценить степень достижения поставленной цели.

На практике всегда возникают трудности в выборе того или иного показателя эффективности. Показатель эффективности должен:

- 1) соответствовать цели стратегии и иметь ясный физический смысл;
- 2) быть универсальным, т.е. способным учитывать все основные свойства и особенности стратегии;
- 3) быть достаточно чувствительным к изменению параметров, влияющих на стратегию и существовать для всех возможных вариантов их изменений [7].

Как правило, выбор критерия стратегической эффективности не ограничивается каким-либо одним показателем, поскольку зависит от особенностей складывающейся ситуации, преобладающих (доминирующих) целей предприятия, а также наличия надежной и достоверной информации о состоянии внешней и внутренней среды. Поскольку возникает объективная необходимость комплексной оценки стратегии, при этом в качестве объектов оценки могут быть рассмотрены различные альтернативы выбранной базовой стратегии, в том числе и действующей на момент оценки стратегии. Возможны два подхода к комплексной оценке:

1. Оценка по интегральному показателю эффективности.

2. Оценка по комплексу критериев эффективности.

Первый подход основан на оценке каждого альтернативного варианта стратегии оценке на базе обобщающего интегрального показателя эффективности по ожидаемому результату (эффекту) от принятия данной стратегии и предполагает два основных допущения:

— определение однородной меры эффективности для различных целей стратегии. Поскольку наиболее общей мерой (критерием) эффективности является величина прибыли (дохода), то общая эффективность конкретной стратегии может быть определена как сумма «взвешенных» по целям результатов в виде прибыли (дохода).

— учет возможных изменений в состоянии внешних условий, которые могут оказать существенное влияние на результаты реализации стратегии в целом. Поэтому результативность достижения каждой конкретной цели носит вероятностный характер.

Второй подход основан на выделении комплекса критериев стратегической эффективности, наиболее соответствующие характеру целей предприятия и многомерной сравнительной оценке эффективности альтернативных вариантов стратегии. Основная трудность расчетов заключается в обосновании выбора критериев стратегической эффективности и вероятностной оценки неопределенности внешней среды. При этом одно из главных условий оценки заключается в количе-

ственной соизмеримости различных критериев, поэтому их значения должны быть выражены в относительных единицах.

Заключение

В нашей стране есть богатые возможности для реализации венчурных проектов. Прежде всего, венчурных инвесторов интересуют промышленная реструктуризация, новые технологии и малые предприятия. Предполагается, что именно эти секторы экономики станут объектами рискованных инвестиций.

К сожалению, на данный момент в России нет четко сформулированных механизмов венчурного финансирования не только на региональном, но и на государственном уровне. Для развития в данном направлении необходимо разрабатывать стратегию, позволяющую более качественно охватывать различные стороны инновационной деятельности, наиболее эффективно распределять денежные ресурсы и при этом создавать возможность минимизировать инвестиционный риск.

Государство также должно принимать участие в развитии рынка долгосрочного инвестирования. Принимать ряд мер: создание венчурных фондов, вводить налоговые льготы для венчурных фирм, способствовать формированию благоприятного инвестиционного климата и т.д. Все эти мероприятия помогут ускорить процесс развития венчурного финансирования в России.

Литература:

1. Ягудин, С. Ю. Венчурное предпринимательство: Учебно-практическое пособие — М.: МЭСИ, 2006. С.72
2. Лирмян, Р. А. Мировой опыт использования механизма венчурного финансирования инновационных процессов // Экономические науки. 2007. № 8 (33)
3. Ежегодный отчет РАВИ «Обзор рынка прямых и венчурных инвестиций»
4. Лахметкина, Н. И. Инвестиционная стратегия предприятия: учебное пособие. — М.: КНОРУС, 2006—184 с.
5. Игошин, Н. В. Инвестиции. Организация управления и финансирование: Учебник для вузов. — М.: Финансы, ЮНИТИ, 2000
6. Пилипенко, П. П. Корпоративное венчурное инвестирование. Методы анализа высококованного бизнеса. — М., 2001
7. Фабочки, Ф. Управление инвестициями. — М. — 2000г

Организация маркетинговой деятельности на примере предприятия ОДО «Георемстрой»

Шолтун Екатерина Николаевна, магистрант
Минский университет управления (Республика Беларусь)

В структуре ОДО «Георемстрой» нет отдельно выделенного отдела маркетинга.

За выполнение функций маркетинга отвечает специалист — бухгалтер. Главной задачей которого является

организация, анализ и планирование маркетинговой деятельности ОДО «Георемстрой».

В обязанности специалиста входит создание постоянно действующей системы сбора, обработки и обмена объек-

тивной информации между всеми структурными подразделениями организации для обеспечения устойчивого, прогнозируемого и управляемого процесса сбыта комплекса строительных услуг.

Специалист по маркетингу непосредственно подчинен Управляющему ОДО «Георемстрой».

Главной задачей является выработка единой концепции организации маркетинговой деятельности организации и создание условий для ее реализации.

В функции специалиста по маркетингу входят следующее:

- изучение и анализ процесса организации продаж строительных услуг, услуг по аренде строительной техники, бурового оборудования и инструмента;
- оценка эффективности рекламы, количественных и качественных показателей сбыта;
- оценка хода реализации договоров строительного подряда;
- оценка состояния технического и технологического уровня, эффективности организации работ;
- изучение и анализ взаимодействия структурных подразделений предприятия;
- анализ и выработка ценовой политики;
- определение уровня рентабельности каждого структурного подразделения и предприятия в целом;
- комплексный анализ реализации маркетинговой концепции предприятия, тактических и стратегических планов развития.

Строительство является ведущей отраслью народного хозяйства Республики Беларусь, где решаются жизненно важные задачи структурной перестройки материальной базы всего производственного потенциала страны и развития непромышленной сферы. От эффективности функционирования строительного комплекса во многом зависят как темпы преодоления последствий кри-

зиса, так и конкурентоспособность отечественной экономики. В последнее время стало активно развиваться индивидуальное строительство, которое позволяет в большой степени удовлетворять потребности населения в жилье. Этим и определяется значимость выбора объективных характеристик его состояния.

Структура валового регионального продукта по видам экономической деятельности (в процентах к итогу) в 2013 году представлена на рисунке 1.

Как показывают данные, наибольшую долю в структуре валового продукта в 2013 году в г. Минске занимают прочие виды экономической деятельности (33,4%) и промышленность (24,1%). На долю строительства приходится 8,9% от общего объема.

В Минской области на долю промышленности приходится наибольший объем ВВП (40,2%), на сельское хозяйство 15,2%, а на третьем месте расположились — строительство (13,5%), сельское хозяйство (13,3%) и торговля — 13,2%.

Строительно-монтажные работы в 2013 году выполнены на 106,8 трлн., что в сопоставимых ценах на 6,6% больше 2012 года. Удельный вес строительно-монтажных работ составил 52,7% от общего объема инвестиций в основной капитал. На приобретение машин, оборудования, транспортных средств было направлено 74,4 трлн. или 36,7% общего объема инвестиций. По сравнению с 2012 годом затраты на приобретение оборудования, транспорта и машин выросли на 5,4%. На долю импортных машин, оборудования, транспортных средств пришлось 60,3% этих инвестиций. Из импортного оборудования 29,6% было приобретено на территории Беларуси, пишет «Интерфакс» [1].

Строительство доступного и комфортного жилья, снижение стоимости и гарантия качества строительства — основные пути развития строительного комплекса на

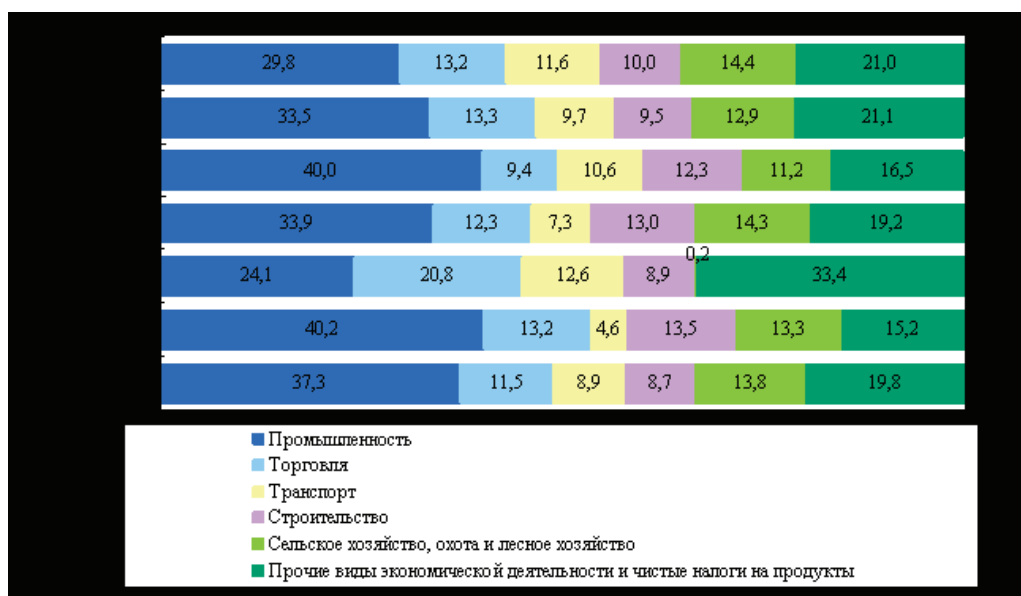


Рис. 1. Структура валового регионального продукта по видам экономической деятельности в 2013 году

2010–2015 гг. Главными задачами являются повышение конкурентоспособности строительной продукции (работ, услуг) и обеспечение населения доступным и качественным жильем.

Основными направлениями развития строительного комплекса в 2010–2015 гг. являются проектирование и строительство современных экологически безопасных зданий и сооружений, разработка и внедрение технологий для производства строительных материалов в соответствии с европейскими требованиями, обеспечивающих экономию материальных и энергетических ресурсов.

За 2011–2015 годы планируется ввести 42,5–43 млн. кв. метров жилья, что в 1,6 раза больше, чем в прошедшем пятилетии. К 2016 году удельный вес энергоэффективного жилья составит не менее 60 процентов от его общего ввода. Уровень обеспеченности населения жильем в расчете на одного жителя повысится с 24,6 кв. метра в 2010 году до 27–28 кв. метров в 2015 году [2].

Во всех областях Республики Беларусь и г. Минске предусматривается наращивание объемов жилищного строительства, дальнейшее развитие жилищно-коммунального хозяйства. В целях выравнивания обеспеченности населения жильем планируется ввод в эксплуатацию в Брестской области 6,56–6,64 млн. кв. метров общей площади, Витебской — 4,87–4,93 млн., Гомельской — 6,26–6,34 млн., Гродненской — 5,03–5,09 млн., Минской — 7,84–7,93 млн., Могилевской области — 4,77–4,82 млн. и г. Минске — 7,17–7,26 млн. кв. метров общей площади жилья за пятилетие [2].

По данным Национального статистического комитета Республики Беларусь число организаций занятых в строительстве за последние три года увеличилось на 5%, а объем выполненных подрядных работ за рассматриваемый период увеличился на 136,84%. Основные показатели деятельности организаций строительства за 2011–2013 гг. представлены в таблице 1 [3].

Объем подрядных работ по виду деятельности «Строительство» по областям и г. Минску представлен в таблице 2 [4].

В 2011 году объем подрядных по виду деятельности «Строительство» выполнен на 39841,9 млрд. рублей, что в сопоставимых ценах составляет 106,7% к уровню 2010 года. Наибольшую долю в общем объеме подрядных работ по виду деятельности «Строительство» занимает г. Минск, на него приходится 32% от всего объема выполненных работ, на втором месте Минская область — 14,3%.

В 2012 году объем подрядных работ выполнено на 68729,9 млрд. рублей, что в сопоставимых ценах составляет 91,4% к уровню 2011 года. На долю г. Минска приходится — 34% объема выполненных работ, на Гомельскую область — 12,3%, на Брестскую и Гродненскую область — по 11%. Как видно из таблицы 2.5, объем выполненных работ в сопоставимых ценах в 2012 году в среднем снизился на 10%.

В 2013 году объем подрядных по виду деятельности «Строительство» выполнен на 94360,6 млрд. рублей, что в сопоставимых ценах составляет 104,6% к уровню

Таблица 1. Основные показатели деятельности организаций строительства за 2011–2013 гг.

Наименование показателя	Годовое значение показателя		
	2011	2012	2013
Число организаций строительства, единиц	7 280	7 318	7 676
Объем подрядных работ в фактически действовавших ценах; млрд. руб.	39 841,9	68 729,9	94 360,6
в сопоставимых ценах; в процентах к предыдущему году	106,7	91,4	104,6

Таблица 2. Объем подрядных работ по виду деятельности «Строительство» за 2011–2013 гг.

Наименование показателя	Годовое значение показателя (в фактически действовавших ценах), млрд. рублей			Годовое значение показателя в процентах к предыдущему году (в сопоставимых ценах)		
	2011	2012	2013	2011	2012	2013
Республика Беларусь	39 841,9	68 729,9	94 360,6	106,7	91,4	104,6
Области:						
Брестская	5 070,1	7 710,1	10 671,2	96,7	82,0	103,4
Витебская	3 278,6	5 240,0	6 983,2	90,5	86,9	102,7
Гомельская	5 378,6	8 442,9	12 954,9	101,7	83,1	113,9
Гродненская	4 489,8	7 659,1	10 454,4	109,3	89,1	102,3
г. Минск	12 666,7	23 340,8	32 439,6	118,8	98,6	105,4
Минская	5 701,5	10 722,0	13 800,2	109,5	96,8	101,3
Могилевская	3 256,6	5 615,0	7 057,1	97,6	87,7	97,0

2012 года. Наибольшую долю в общем объеме подрядных работ по виду деятельности «Строительство» занимает г. Минск, на него приходится 34,4% от всего объема выполненных работ. На долю Минской области приходится 14,6% объема выполненных работ.

На рисунке 2 представлены данные по выполнению объема подрядных работ по формам собственности за 2011–2013 гг. [5].

Как видно из рисунка 2.5, наибольший объем подрядных работ приходится на частную собственность. В 2011 году этот показатель составил 79,7%, в 2012–81,5%, в 2013–82,2%. Предприятия с государственной формой собственности выполнили объем работ в размере 16% от общего количества строительных работ.

Строительный комплекс страны развивается динамически, что показывают приведенные выше данные. Но новые условия рынка, плотность застройки в городах диктуют новые условия.

В настоящее время условия строительства в крупных городах таковы, что наиболее интенсивно строительные работы ведутся в центральной части населенных пунктов. Это связано, с одной стороны, с привлекательностью для инвесторов размещения объектов в районах с уже развитой инженерной инфраструктурой и наибольшей концентрацией населения, а с другой стороны, с исторической психологией престижности объектов недвижимости в центральных районах городов. Ограниченность городской черты и свободной земли в черте города, высокая ее стоимость вынуждают город расти ввысь, осваивать подземное пространство и уплотнять застройку. Строительство и реконструкцию в условиях существующей городской застройки следует осуществлять методами, обеспечивающими защиту действующих зданий и соору-

жений от повреждений (предотвращение деформаций, обеспечение прочности и устойчивости существующих зданий, строений и сооружений и др.).

Поэтому в мировой практике все шире и шире используются свайные технологии. На сегодняшний день в мировой практике распространенными методами устройства подземных ограждающих конструкций является метод прерывисто расположенных и соприкасающихся буронабивных свай диаметром от 450 до 1000 мм, а также устройство секущихся свай аналогичного диаметра.

На сегодняшний день строительный комплекс республики располагает определенным научно-техническим потенциалом для освоения высотного строительства, апробированными на практике научными разработками, а также опытом проектирования и строительства многоэтажных и уникальных объектов, по своим характеристикам приближающихся к высотным зданиям. Среди них — введенные в эксплуатацию Национальная библиотека Беларуси, крытый футбольный манеж на проспекте Победителей, культурно-спортивный комплекс «Минск-арена» и другие.

В Беларуси уже завершена разработка технических нормативных правовых актов по высотному строительству. В декабре 2008 года вступило в действие ТКП 45–3.02–108–2008 (02250) «Высотные здания и сооружения. Строительные нормы проектирования». Два раздела данного нормативного документа посвящены геотехническим вопросам [6].

В Беларуси наметилась тенденция к увеличению объемов различных конструкций свай при строительстве промышленных и гражданских зданий, а также мостовых опор, высотных и других уникальных сооружений, передающих на основания значительные нагрузки.

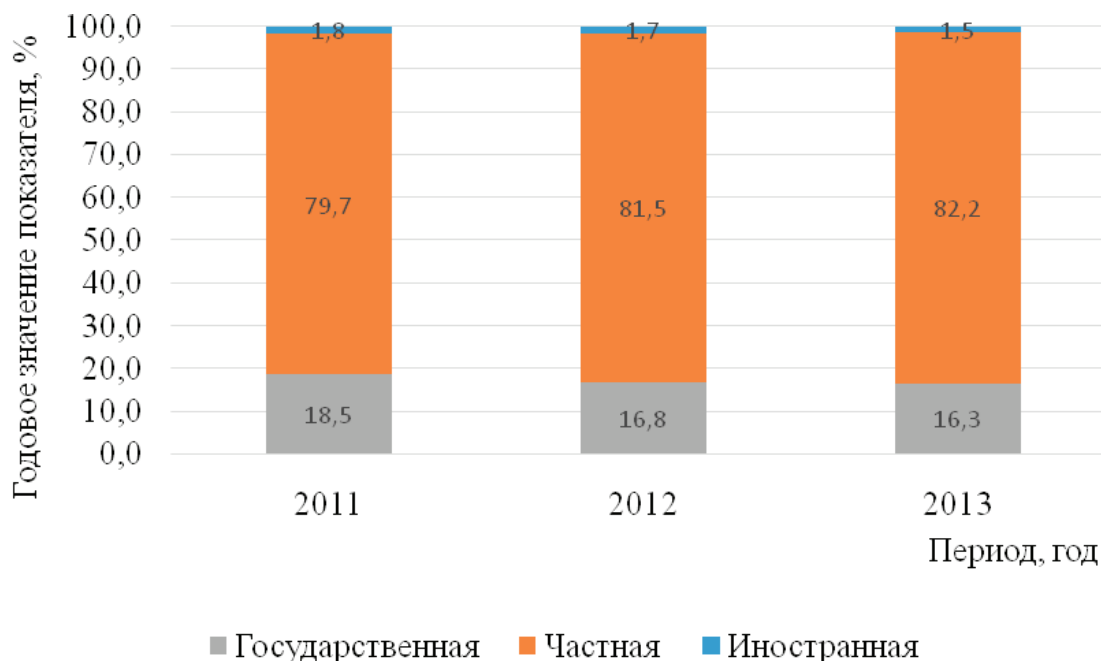


Рис. 2. Объем подрядных работ по формам собственности за 2011–2013 гг.

Анализ конкурентов

ОДО «Георемстрой» на рынке строительных услуг выступает в качестве подрядчика или субподрядчика по следующим видам работ:

- устройство буронабивных и буроинъекционных свай (различными технологиями);
- упрочнение грунтов в основаниях фундаментов существующих и проектируемых зданий и сооружений;
- усиление фундаментов деформирующихся зданий и сооружений;
- шпунтовые ограждения котлованов, откосов, уступов;
- анкерное крепление монолитных и сборных подпорных стен, ограждающих конструкций и оползневых склонов;
- статическое испытание анкеров и свай;
- инженерно-геологические изыскания.

Основными конкурентами по перечисленным выше работам являются, ОАО «Буровая компания «Дельта», ООО «Гео-парк» и группа геотехнических компаний в состав которых входит НПЧУП «Оптио-Строй», ООО «Спецгеострой», ООО «Белоптио-Строй».

ОАО «Буровая компания «Дельта» было создано в 1990 году на базе объединения «Западнефтегеофизика» г. Гомель и РВО «Зарубежнефть» г. Москва в форме МПП «Бурение скважин на воду «Дельта». «Буровая компания «Дельта» существует уже более 22 лет на рынке строительных услуг. На данный момент ОАО «Буровая Компания «Дельта» является мощным подрядчиком в области свайного фундаментостроения в Республике Беларусь, предоставляющим большой спектр услуг по устройству буронабивных свай [7].

Целью создания предприятия «ГЕО-ПАРК» является внедрение новейших технологий, оборудования в области геотехнических работ при строительстве и реконструкции гражданских, промышленных и жилых зданий [8].

Группа геотехнических компаний создана на базе НПЧУП «Оптио-Строй», ООО «Спецгеострой», ООО «Белоптио-строй». Имеет лицензии на строительные-монтажные работы, специальные строительные работы, обследование зданий и сооружений, инженерно-геологические изыскания, транспортные услуги, проектирование нулевого цикла. За несколько лет группа компаний зарекомендовала себя надежным партнером и ответственным подрядчиком, гарантирующим высокое качество выполняемых строительными-монтажными работ нулевого цикла. Основная деятельность в Минске и на территории Беларуси — обследовательские, специальные строительные и проектные работы фундаментостроения (различные типы свай, анкеров, ограждения котлованов, буроинъекционное упрочнение слабых оснований, армирование грунтов, испытание строительных конструкций) [9].

В таблице 2.6 приведем основные характеристики конкурентов ОДО «Георемстрой».

Анализ конкурентов проведем по следующим показателям:

- Виды работ, услуг, технологии в строительстве.
- Буровое оборудование, строительная техника.
- Объекты строительства.
- Наличие сертификатов, лицензий.

Как видно из анализа, как и у ОДО «Георемстрой» у основных конкурентов основными видами работ, услуг являются устройством буронабивных и буроинъекционных свай по различным технологиям (под глинистым раствором, под защитой обсадных труб, по технологии CFA (непрерывный полый шнек), по технологии вытеснением грунта (full drilled displacement pile), по технологии Double Rotary (двойной вращатель), вибрационным погружением обсадной трубы с теряемым наконечником, завинчиванием труб с теряемым наконечником), шпунтовое ограждение котлованов.

ОАО «Буровая компания «Дельта» обладает возможностями и технологиями по устройству буросекущихся свай и грунтоцементных колонн по технологии DSM.

ОАО «Буровая компания «Дельта» и группа геотехнических компаний создана на базе НПЧУП «Оптио-Строй», ООО «Спецгеострой», ООО «Белоптио-строй» занимаются испытание анкеров и свай, а так же занимаются производством арматурных каркасов.

Все три конкурента имеют в своем распоряжении низкорамные платформы (трал) для перевозки негабаритных грузов. Это позволяет им быть более мобильными, а также получать дополнительную выручки от оказанных услуг сторонним организациям.

Анализ бурового оборудования и строительной техники показал, что более современным и многофункциональным буровым оборудованием обладает ОАО «Буровая компания «Дельта», в ее распоряжении 20 единицы буровых машин на гусеничной базе и 3 буровых машины на базе автомобилей, также в их распоряжении трал, предназначенный для перевозки негабаритных грузов до 150 тонн.

В распоряжении ООО «Гео-парк» находится только 8 буровых установок, 2 бетонно-насоса и один трал для перевозки техники до 65 тонн.

Группа геотехнических компаний (НПЧУП «Оптио-Строй», ООО «Спецгеострой», ООО «Белоптио-строй») обладает более широким парком специальной строительной техники. В их распоряжении находятся погрузчики, грузовые машины, три седельных тягача с пятиосным тралом, три бетоносмесителя. Буровых установок 15 единиц.

Из рассматриваемых конкурентов только ОАО «Буровая компания «Дельта» работает на рынках строительных услуг Республики Беларусь (в основном в г. Гомеле и Гомельской области, г. Могилеве, Витебской области и г. Витебск), Российской Федерации (г. Москва, г. Санкт-Петербург), Туркмении, два остальных конкурента только на рынке Республики Беларусь.

Все три компании имеют сертификаты соответствия на выполнение работ по устройству оснований, фундаментов зданий и сооружений (из буронабивных свай, из свай на-

бивных с уплотненным основанием), а также лицензии на осуществление деятельности в области автомобильного транспорта.

Основными заказчиками услуг ОДО «Георемстрой» являются:

— ОАО «Строительный трест № 21», г. Борисов

Вместе с ОАО «Строительный трест № 21» за период с 2011 года по 2013 год ОДО «Георемстрой» выполнило подготовительные, геодезические и свайные работы на следующих объектах:

1. «Модернизация спичечного производства ОАО «Борисовдрев» по адресу: г. Борисов, ул. 30 лет ВЛКСМ, 18».

2. «Реконструкция здания цеха ДВП с последующим размещением на его площадях оборудования по производству плит МДФ средней плотности толщ. 2–6мм годовой производительностью 60 тыс. м³ в год. Этап 8».

3. «Реконструкция здания цеха ДВП с последующим размещением на его площадях оборудования по производству плит МДФ средней плотности толщ. 2–6мм годовой производительностью 60 тыс. м³ в год. Этап 8 навес для слива смолы и парафина из автоцистерны».

— ОАО «Трест № 15 «Спецстрой», г. Минск (Строительное управление № 78 (СУ-78), Строительное управление № 73 (СУ-73)

ОДО «Георемстрой» в 2013–2014 гг. предоставляло в аренду буровые установки марки АВ1 для выполнения работ по устройству шпунтового ограждения на объекте: «Продление улицы Калиновского от пр. Независимости до ул. Ф. Скорины».

— ОАО «Стройтрест № 7», г. Минск

В 2011 году ОДО «Георемстрой» выполняло работы по усилению фундамента на объекте: «Реконструкция театра Янки Купалы».

В 2012 году выполняла комплекс свайных работ на объектах:

1. «Гостиница «Беларусь» по ул. Сторожевской, 15 с выделением 1 этапа — реконструкция фасадов здания гостиницы. Стадия С».

2. «Перепрофилирование инженерно-лабораторного корпуса по ул. Долгобродской, 18 под учебно-лабораторный корпус. Стадия С»

В 2013 году было задействовано в реконструкции здания на объекте: «Реконструкция комплекса зданий в г. Минске для 14-го отдельного полка правительственной связи».

В июне 2014 года участвовало в работах по устройству свай на объекте: Мобильный трибунный комплекс на проспекте Машерова в г. Минске.

— ОАО «Лавсанстрой», г. Могилев

В г. Могилеве и Могилевской области основным заказчиком является ОАО «Лавсанстрой». В период с 2011 года по 2013 год ОДО «Георемстрой» выполнило строительные работы на следующих объектах:

1. «Концерн «Беллесбумпром». Техническое перевооружение и реконструкция ОАО «Бумажная фабрика «Спартак» в г. Шклове. Бумажный цех № 2».

2. «Реконструкция хирургического корпуса с пристройкой приемного отделения городской больницы скорой медицинской помощи по ул. Боткина в г. Могилеве».

3. «13–3/12. Реконструкция МТФ на 635 голов в д. Левковщина СПК «Серп и Молот» Чаусского района. 3 этап — коровник беспривязного содержания на 288 голов по ГП2»

— ИООО «Босфор-Строй», г. Могилев

— В 2014 году ОДО «Георемстрой» сдавало в аренду буровую машину марки Delmag/

— УП «Жлобинметаллургстрой»

В 2014 году ОДО «Георемстрой» выполнило комплекс свайных работ на объекте: «Строительство воздухораспределительной установки в г. Жлобине. СООО «БМЗ-ГКС».

— Проектно-изыскательское РУП «Институт Белжелдорпроект»

1. «Реконструкция грузового двора городской товарной станции Колядичи со строительством площадки для выгрузки сыпучих грузов, подъездных автомобильных и железных дорог. 3-я очередь строительства. 3-й пусковой комплекс. Служебно-техническое здание приемосдатчиков».

2. «Реконструкция здания специализированного назначения по пер. С.Ковалевской, 44».

— ОАО «Белорусский автомобильный завод» управляющая компания холдинга «БЕЛАЗ-ХОЛДИНГ».

1. «72 квартирный жилой дом ЖСПК № 50 в микрорайоне № 4 г. Жодино»

2. РУПП «БелАЗ» г. Жодино. Станция хранения и газификации сжиженных спецгазов».

— ООО «Стройпроектгарант»

В 2013–2014 гг. ОДО «Георемстрой» производило работы по устройству буронабивных свай на объекте: «Реконструкция имущественного комплекса по ул. Кузьмы Минина, 15а под административно-производственный комплекс».

— ДУП «ПМК-190 УП «Минскоблсельстрой»

«Внешние сети микрорайона «Родники». Реконструкция котельной № 4 (центральная) УП «Дзержинское ЖКХ».

— ООО «Стройтелеком»

Создание и эксплуатация Системы Электронного сбора платы в режиме свободного многополосного движения («Система электронного сбора платы») за проезд транспортных средств по определенным дорогам Республики Беларусь» в части устройства буронабивных свай портала системы оплаты на автомобильной дороге М-7 Минск — Ошмяны — граница Литовской Республики (Каменный Лог).

— ОАО «Стройтрест № 12»

В 2014 году ОДО «Георемстрой» сотрудничало с ОАО «Строительный трест № 12» на следующих объектах:

1. «Объект по производству бумаги-основы для декоративных облицовочных материалов производительностью 30 тыс. тонн в год» г. Шклов»

2. «Реконструкция базы по ул. Крупской, 230 с благоустройством прилегающей территории площадью 2500 м² в г. Могилеве».

— ООО «НПФ Строитель»

ОДО «Георемстрой» в 2013–2014 гг. сдавало в аренду буровые установки для бурения скважин на полигоне ТБО в г. Витебске, г. Новополоцке.

— СУМ-96 ОАО

«Реконструкция части помещения транспортного назначения аэровокзального комплекса РУП «Национальный аэропорт Минск».

— СУ «Буг» Ф-Л ОАО «Строительный трест № 8»

«Реконструкция пассажирского комплекса станции Брест-Центральный, Варшавская сторона, 2-ая очередь строительства».

— УП «Гефест-техника»

«Строительство склада готовой продукции УП «Гефест-техника» по ул. Суворова, 21 в г. Бресте».

Основными поставщиками ОДО «Георемстрой» являются следующие организации:

— ООО «Аутком» — основной поставщик арматурных каркасов, которые применяются при устройстве буронабивных свай.

— ООО «Компактбетон», ООО «Алкросс», ООО «Светлана» — основные поставщики товарных бетонов.

— РУП «Белоруснефть-Минскавтозаправка» — поставщик горюче-смазочных материалов, масел.

— ООО «Белпромимпэкс» основной поставщик рукавов РВД (запасные части на буровые установки).

— ЗАО «Дюпондис» — поставщик строительной и буровой техники из-за границы.

— ООО «БелСтальИмпорт», ООО «Сталь ТМК» — поставщики металлопроката.

Литература:

1. БДГ Деловая газета. <http://bdg.by/news/finance/27703.html>
2. Указ Президента Республики Беларусь от 11.04.2011 № 136 «Об утверждении Программы социально-экономического развития Республики Беларусь на 2011–2015 годы» <http://pravo.levonevsky.org/bazaby11/republic02/text277/index3.htm>
3. Национальный статистический комитет Республики Беларусь. Основные показатели деятельности организаций в строительстве. http://belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/otrasli-statistiki/investitsii-i-stroitelstvo/osnovnye-pokazateli-za-period-s-__-po-____gody_8/osnovnye-pokazateli-deyatelnosti-stroitelnyh-organizatsii/
4. Национальный статистический комитет Республики Беларусь. Объем подрядных работ по виду деятельности «Строительство» по областям и городу Минску. http://belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/otrasli-statistiki/investitsii-i-stroitelstvo/osnovnye-pokazateli-za-period-s-__-po-____gody_8/obem-podryadnyh-rabot-po-vidu-deyatelnosti-stroitelstvo/
5. Национальный статистический комитет Республики Беларусь. Объем подрядных работ по формам собственности. http://belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/otrasli-statistiki/investitsii-i-stroitelstvo/graficheskii-material_7/obem-podryadnyh-rabot-po-formam-sobstvennosti_2/
6. Белорусская строительная газета. Особенности фундаментостроения для высотных зданий. *По материалам доклада М.И. Никитенко, доктора технических наук, профессора, действующего члена Академии строительства Украины, заведующего кафедрой «Геотехника и экология в строительстве» БНТУ.* <http://cnb.by/content/view/1837/32/lang,russian/>
7. Буровая компания «Дельта». <http://www.bkdelta.by/kompaniya>
8. Буровая компания «Гео-парк». <http://geo-park.by/>
9. Группа геотехнических компаний. <http://geogroup.by/>

Приоритетные направления международной деятельности российских банков

Щербаков Михаил Александрович, студент

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации (г. Москва)

При рассмотрении возможностей российских банков относительно развития их международной деятельности, прежде всего, необходимо определить наиболее актуальные «узкие места» отечественного банковского сектора. Можно выделить специфику российской банковской среды, которая характеризуется структурными

недостатками, замедляющими ее развитие во всех направлениях.

Прокомментируем ситуацию, связанную с низким уровнем качества риск-менеджмента. Так, по мнению, Мудис (Moody's) восемь из десяти российских банков имеют низший балл за риск-менеджмент. При этом уро-

вень его качества определяет вплоть до 21% в структуре рейтинга банка в зависимости от его финансовой устойчивости.

Низкое качество риск-менеджмента банков в России по большей части вызвано тем, что для большинства из них характерны некоторые негативные черты.

Забегаая вперед, отметим, что необходимость совершенствования управления рисками и корпоративного управления остается важным направлением совершенствования российских банков.

Стоит упомянуть и такую характерную черту российского банковского рынка, как значимость деятельности представительств и подразделений ведущих международных банков. Конкурентная борьба для российских банков со стороны зарубежных, работающих в российском банковском секторе, за последние годы сильно возросла и сохраняет данную тенденцию [1, с. 35].

Развитие деятельности российских банков международного уровня сегодня представляется весьма сложной задачей — как теоретически, так и практически. Иностранные же банки также вынуждены будут приспособиться к изменениям в условиях рынка, что подарит российским финансовым учреждениям эксклюзивный шанс на успех — за счет применения более гибкого подхода, а также привычки работать при относительно большем уровне неопределенности.

На зарубежных рынках российским кредитно-финансовым учреждениям предстоит конкурировать не только со структурами, осуществляющими деятельность на данном рынке, но и с финансовыми организациями западных стран. В этой связи необходимо заблаговременно оценить перспективные тенденции процесса развития международных операций банков государств с наиболее развитой экономикой.

Очевидно, что спрос на финансовые услуги, предъявляемый мультинациональными корпорациями, а равно и привлекательность прибылей на растущих развивающихся впечатляющими темпами рынках останутся главными движущими силами развития международных операций банков запада. В то же время, скорее всего, произойдет замедление тенденции к появлению диверсифицированных финансовых институтов, оказывающих услуги на глобальном уровне, и усилится специализация финансовых компаний.

Большая часть российских банков уполномочены работать с иностранной валютой и имеет корреспондентские счета в банках-нерезидентах для проведения международных расчетов между клиентами. Однако, тем не менее, остается открытым вопрос уровня, количества и разнообразия контрактов данных клиентов, опыта и знаний банка в сфере различных аспектов непосредственного проведения международных транзакций.

Наряду с данным процессом может происходить углубление международной деятельности банка в отношении расширения корреспондентских связей с зарубежными банками, увеличения количества обслуживающихся

внешнеторговых контрактов, предложения клиентам большего ассортимента форм международных расчетов.

Достаточно новым для банков в России направлением может стать доверительное управление активами их клиентов при использовании всего потенциала мирового кредитно-финансового пространства, разнообразия финансовых инструментов международного рынка. В первую очередь имеются в виду клиенты, являющиеся резидентами Российской Федерации, имеющими значительные средства для их более выгодного размещения, сохранения и приумножения, однако не обладают опытом финансовой деятельности за пределами внутреннего рынка. Российский банк мог бы осуществить помощь такой категории клиентов, разъяснив тонкости операций, показав преимущества и/или риски тех или других финансовых инструментов.

Другой аналогичной деятельностью может стать сопровождение клиентских транзакций с зарубежной недвижимостью. Помимо всего прочего важной составляющей успеха было и остается улучшение качества знаний служащих банка, занимающих места в международных департаментах, поэтому целесообразно проводить международные стажировки для служащих с целью получения наиболее актуальных и инновационных знаний [3, с. 60]. Так, представляются наиболее передовыми такие направления обучения, как: финансовые нововведения и механизмы их работы, правила и требования лидирующих международных бирж. В свою очередь, это связано с тем обстоятельством, что они подвергаются регулярному пересмотру. Кроме того, нормы, правила и требования регуляторов иностранных финансово-банковских рынков являются актуальными для изучения.

Опыт банка по привлечению ресурсов на международном финансовом рынке в форме синдицированных кредитов, а также в форме размещения еврооблигационных займов вследствие более жестких требований представляет собой исключительно положительный момент для данного банка. Как уже отмечалось ранее, таким образом он получает признание на международном финансовом рынке, уже непосредственно интегрируется в финансовое пространство мира, становится его полноценным профессиональным участником.

Еще одним направлением расширения интернациональной деятельности банка можно назвать тесное сотрудничество на мировом финансовом рынке с крупными российскими предприятиями. В нашей стране достаточно узок круг больших компаний, которые имели бы международное признание, и конкурентная борьба за таких клиентов ведется явно очень жесткая, причем как на внутреннем, так и на внешнем финансовых рынках. Тем не менее, в силу особенностей российского менталитета и специфики ведения российского бизнеса для крупной национальной компании могут быть очень удобными и полезными различные формы участия отечественного банка в деятельности на мировом. Банки России могли бы принять участие в организации общественных размещений

акций российских компаний на мировых рынках, оказывать разные консультационные услуги, осуществлять посредничество в переговорах с иностранными банками в отношении проведения операций со сложными финансовыми инструментами (деривативами). Однако для этого отечественный банк должен обладать определенным опытом работы в данных сферах, чтобы выступить для своих клиентов проводником по международным финансовым инструментам.

В плане сотрудничества с крупными компаниями в процессе осуществления международной деятельности требуются некоторые комментарии. Например, отметим, что российские компании топливно-энергетической отрасли и металлургии накопили достаточно значимый опыт привлечения международных финансовых ресурсов в форме синдицированных кредитов, а также посредством выпуска еврооблигаций. В своем исследовании Тесля Е. А. отметила, что указанные компании находятся на достаточно хорошем уровне развития прозрачности корпоративных процессов, вполне сравнимом с иностранными аналогами [2]. Проведенный автором анализ выявил, что данные фирмы динамически повышают уровень прозрачности информации. Также в ходе работы было выяснено, что ведущие отечественные компании одними из первых, причем не только в России, но и в мире, начали

внедрение МСФО (международных стандартов финансовой отчетности). Тесля Е. А. также выяснила, что уровень годовых отчетов самых крупных российских компаний оказался весьма высоким [2].

Таким образом, существует мнение о том, что наша банковская система последние два десятилетия была, можно сказать, локомотивом отечественной экономики. Но ни в коем случае нельзя забывать и о других отраслях в нашей экономике, которые внесли существенный вклад. Крупнейшие российские компании уже давно вовлечены в процесс интернационализации финансовой деятельности. В связи с этим, банки не должны пренебрегать сотрудничеством с ведущими российскими компаниями. Ведь в международном аспекте это сотрудничество может принести банкам неоценимый опыт и открыть новые возможности.

Нерешительность западных банков при выходе на международные рынки связана с тем, что новые группы факторов, а соответственно, и новые группы рисков, начинают влиять на их деятельность. К таковым можно отнести: глобальную макроэкономическую, финансовую и регулятивную среду; экономические условия в стране расположения головной структуры банка; экономические условия в принимающей стране; вопросы эффективности деятельности.

Литература:

1. Климова, Н. В. Повышение международной конкурентоспособности российских банков // «Управление экономическими системами», № 7. 2011, с. 35.
2. Тесля, Е. А. Прозрачность как фактор развития конкурентоспособности российских компаний, привлекающих международное финансирование. / Специальность 08.00.14 — Мировая экономика / Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук, Санкт-Петербург, 2010.
3. Толчин, К. В. Об оценке эффективности деятельности банков // Деньги и кредит. — М., 2010. № 9. с. 58–62.

Молодой ученый

Ежемесячный научный журнал

№ 2 (82) / 2015

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ:

Главный редактор:

Ахметова Г. Д.

Члены редакционной коллегии:

Ахметова М. Н.
Иванова Ю. В.
Каленский А. В.
Лактионов К. С.
Сараева Н. М.
Авдеюк О. А.
Алиева Т. И.
Ахметова В. В.
Брезгин В. С.
Данилов О. Е.
Дёмин А. В.
Дядюн К. В.
Желнова К. В.
Жуйкова Т. П.
Игнатова М. А.
Коварда В. В.
Комогорцев М. Г.
Котляров А. В.
Кузьмина В. М.
Кучерявенко С. А.
Лескова Е. В.
Макеева И. А.
Матроскина Т. В.
Мусаева У. А.
Насимов М. О.
Прончев Г. Б.
Семахин А. М.
Сенюшкин Н. С.
Ткаченко И. Г.
Яхина А. С.

Ответственные редакторы:

Кайнова Г. А., Осянина Е. И.

Международный редакционный совет:

Айрян З. Г. (Армения)
Арошидзе П. Л. (Грузия)
Атаев З. В. (Россия)
Борисов В. В. (Украина)
Велковска Г. Ц. (Болгария)
Гайич Т. (Сербия)
Данатаров А. (Туркменистан)
Данилов А. М. (Россия)
Досманбетова З. Р. (Казахстан)
Ешиев А. М. (Кыргызстан)
Игисинов Н. С. (Казахстан)
Кадыров К. Б. (Узбекистан)
Кайгородов И. Б. (Бразилия)
Каленский А. В. (Россия)
Козырева О. А. (Россия)
Лю Цзюань (Китай)
Малес Л. В. (Украина)
Нагервадзе М. А. (Грузия)
Прокопьев Н. Я. (Россия)
Прокофьева М. А. (Казахстан)
Ребезов М. Б. (Россия)
Сорока Ю. Г. (Украина)
Узаков Г. Н. (Узбекистан)
Хоналиев Н. Х. (Таджикистан)
Хоссейни А. (Иран)
Шарипов А. К. (Казахстан)

Художник: Шишков Е. А.

Верстка: Голубцов М. 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:

420126, г. Казань, ул. Амирхана, 10а, а/я 231.

E-mail: info@moluch.ru

<http://www.moluch.ru/>

Учредитель и издатель:

ООО «Издательство Молодой ученый»

ISSN 2072-0297

Тираж 1000 экз.

Отпечатано в типографии издательства «Молодой ученый», г. Казань, ул. Академика Арбузова, д. 4