

МОЛОДОЙ

ISSN 2072-0297

УЧЁНЫЙ

научный журнал

Número de electrones

Scintillator (for measurement of gamma ray polarization)

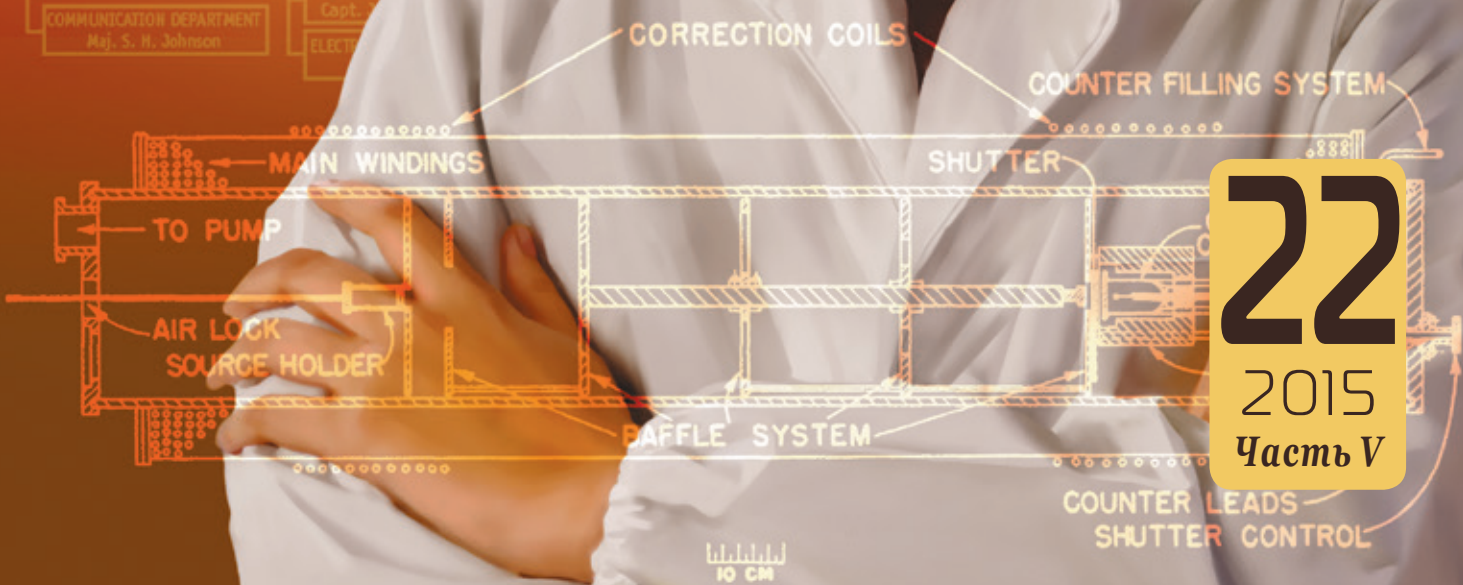
Energía (MeV)

Light multiplier

Light

CeMg-ni

DESINTEGRACIÓN β



22
2015
Часть V

ISSN 2072-0297

Молодой учёный

Научный журнал

Выходит два раза в месяц

№ 22 (102) / 2015

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ:

Главный редактор: Ахметов Ильдар Геннадьевич, кандидат технических наук

Члены редакционной коллегии:

Ахметова Мария Николаевна, доктор педагогических наук

Иванова Юлия Валентиновна, доктор философских наук

Каленский Александр Васильевич, доктор физико-математических наук

Куташов Вячеслав Анатольевич, доктор медицинских наук

Лактионов Константин Станиславович, доктор биологических наук

Сараева Надежда Михайловна, доктор психологических наук

Авдеюк Оксана Алексеевна, кандидат технических наук

Айдаров Оразхан Турсункожаевич, кандидат географических наук

Алиева Тарана Ибрагим кызы, кандидат химических наук

Ахметова Валерия Валерьевна, кандидат медицинских наук

Брезгин Вячеслав Сергеевич, кандидат экономических наук

Данилов Олег Евгеньевич, кандидат педагогических наук

Дёмин Александр Викторович, кандидат биологических наук

Дядюн Кристина Владимировна, кандидат юридических наук

Желнова Кристина Владимировна, кандидат экономических наук

Жуйкова Тамара Павловна, кандидат педагогических наук

Жураев Хусниддин Олтинбоевич, кандидат педагогических наук

Игнатова Мария Александровна, кандидат искусствоведения

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

Матусевич Марина Степановна, кандидат педагогических 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

Сенцов Аркадий Эдуардович, кандидат политических наук

Сенюшкин Николай Сергеевич, кандидат технических наук

Титова Елена Ивановна, кандидат педагогических наук

Ткаченко Ирина Георгиевна, кандидат филологических наук

Фозилов Садриддин Файзуллаевич, кандидат химических наук

Яхина Асия Сергеевна, кандидат технических наук

Ячинова Светлана Николаевна, кандидат педагогических наук

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 «Бук», 420029, г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, д. 25.

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)

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

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

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

Гайич Тамара, доктор экономических наук (Сербия)

Данатаров Агахан, кандидат технических наук (Туркменистан)

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

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

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

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

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

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

Кадыров Кутлуг-Бек 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)

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

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

Лю Цзюань, доктор филологических наук, профессор (Китай)

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

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

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

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

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

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

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

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

Узаков Гулом Норбоевич, 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: Шишков Евгений Анатольевич

Верстка: Бурьянов Павел Яковлевич

На обложке изображена Ву Цзяньсюн (1912–1997) — американский физик, участник Манхэттенского проекта, первооткрыватель несохранения пространственной чётности в слабых взаимодействиях.

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.

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

Костина Н. В.

Организация технологической подготовки эффективного производства на АО «АВИААГРЕГАТ» 427

Кузнецова Ю. Н.

Организация управления и финансирования природопользования и охраны окружающей среды 429

Лапина Д. М.

Роль экспортно-импортных операций в развитии экономики 432

Лаптев Р. А., Родионова А. Д., Сычева Н. А.

Анализ технических средств таможенного контроля, применяемых для контроля делящихся радиоактивных материалов 434

Ларина А. А.

Особенности современной мотивации управленческого персонала в строительной организации 435

Липатов А. А.

Факторы ценообразование на рынке автомобильных топлив в Российской Федерации 438

Липовская Н. И.

Конкурентная стратегия компании Volkswagen AG как составляющая национальной безопасности Германии 440

Маслов К. Ю.

Управление человеческими ресурсами 443

Милославский В. Г., Милославская Е. С., Герасимов В. С., Ларгин Я. В.

Проблемы и перспективы моногородов Российской Федерации: преимущества, слабости и стратегии развития 446

Мухьяров М. Р.

Анализ ключевой ставки как основного инструмента денежно-кредитной политики Банка России 451

Несоленая О. В., Агишева А. В., Кулеша Э. В.

Особенности формирования HR-бренда современной финансовой организации: российский и зарубежный опыт 453

Пантелеев В. П.

Анализ методов валютного регулирования в условиях нестабильности в России 459

Персань Н. В.

Основные проблемы управления кадровым резервом в организации 462

Петрова Н. В.

Анализ и оценка динамики доходов населения в Республике Саха (Якутия) 464

Рафиев Р. Б.

Роль гражданского общества в противодействии коррупции 467

Рахимкулов Ж. Ш.

Сравнительный анализ моделей по созданию эффективных проектных команд 469

Ронова Г. Н., Конева Д. А., Яковлева В. Н.

Теоретические основы разработки и реализации стратегии фирмы 473

Рыскаль Н. В.

Эконометрическое моделирование влияния социально-экономических факторов на объем налоговых поступлений в бюджет РФ 475

Сивцова Н. Ф.

Роль иностранных инвестиций в инновационном развитии России 478

| | |
|--|--|
| Стадникова Н. В. Системный подход к выбору модели управления изменениями на предприятиях полиграфической отрасли 482 | Царева О. Е. Эконометрическое моделирование доли налога на прибыль организаций в доходах консолидированного бюджета РФ 502 |
| Сучков С. Д. Место и роль корпоративных университетов в российской и зарубежной практике коммерческих компаний 485 | Цогоева М. И., Цоков З. Б. Инвестиционный сектор стран БРИКС: тенденции развития и роль на рынке внешних прямых иностранных инвестиций 505 |
| Тадтаев Д. М. Политико-правовая система привлечения иностранных инвестиций в Республику Южная Осетия 487 | Цыганкова А. И. Пути повышения роли коммерческих банков в развитии экономики региона 509 |
| Тасмуханова А. Е., Кулембетова А. Р. Стратегическое управление нефтегазовыми компаниями с помощью системы сбалансированных показателей 489 | Шальнова О. А., Ребрикова Н. В. Благотворительная партнерская программа как инструмент продвижения компании в кризис..... 512 |
| Тураева И. Л., Хлыстов Е. А. Сущность предпринимательства как экономического института 494 | Шилова В. В. Социально-демографическое развитие Тюменской области 516 |
| Файзиев Ш. Ш. Роль мировой экономики в развитии азиатских стран 497 | Шполянская А. А. Высокотехнологичные отрасли: определение и условия развития 518 |
| Хаджаев Х. С. Оценка бизнеса в мире и ведение бизнеса в Узбекистане 499 | Эргашев А. Х., Хазраткулов С. С. Влияние социальных интересов на эффективность проектов реального сектора экономики 522 |
| | Якубова А. И., Максимов А. М. Особенности учета и оценки гудвилла в соответствии с требованиями МСФО 524 |

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

Организация технологической подготовки эффективного производства на АО «АВИААГРЕГАТ»

Костина Надежда Владимировна, студент
Московский физико-технический институт

Согласно стратегии развития, к 2020 году холдинг «Технодинамика», куда входит предприятие АО «Авиаагрегат», планирует войти в пятерку крупнейших мировых поставщиков авиационного оборудования. Для реализации данной стратегии, необходимо произвести ряд преобразований на предприятиях входящих в холдинг. Необходимо не только обновить оборудование, но и совершенствовать систему технологической подготовки производства. Надо научиться в короткие сроки разрабатывать конкурентоспособные технологические процессы изготовления и ремонта изделий.

На сегодняшний день АО «Авиаагрегат» характеризуется преобладанием серийного и мелкосерийного производства, доля которого составляет 50–60% всей продукции. При таком производстве сравнительно быстро прекращается изготовление одних видов продукции и налаживается освоение новых. Это приводит к увеличению номенклатуры изделий, повышению временных и материальных затрат на технологическую подготовку производства. Наличие на предприятии новых высокопроизводительных обрабатывающих центров и вывод из станочного парка устаревшего оборудования заставляют менять технологические процессы изготовления изделий (работа по имеющимся шаблонам технологических процессов уже не удовлетворяет потребностям рынка). Поэтому во время технологической подготовки производства должны обеспечиваться многовариантные решения задач проектирования технологических процессов.

Решить данную проблему возможно путем разработки новых подходов к проектированию технологических процессов, учитывающих характер многономенклатурного серийного и мелкосерийного производства, разработка и внедрение систем автоматизированного проектирования, автоматизированных систем технологической подготовки производства, основанных на новых принципах создания технологии и реструктуризации службы подготовки производства.

Проблемы, возникающие при разработке, оформлении и внедрение в производство технологических процессов:

— Проектирование технологических процессов происходит автоматизированным методом, но отсутствие актуальных баз шаблонов технологических процессов, оборудования, режущего, мерительного и вспомогательного инструмента и т.д. приводит к увеличению сроков проектирования, многовариантности технологических процессов типовых деталей и изделий, увеличению номенклатуры режущего, мерительного, вспомогательного инструмента и нарушению принципов «бережливого производства».

— Согласно действующему стандарту предприятия системы менеджмента качества инженер-технолог должен: разрабатывать технологический процесс; согласовывать разработанную технологическую документацию со смежными подразделениями; внедрять в производство разработанные технологические процессы; выпускать извещения об изменениях и проводить изменения в технологических процессах; оформлять карточки разрешения при любом несоответствии готовой детали с конструкторской документацией; следить за качеством и исполнением технической дисциплины. Что приводит к увеличению сроков внедрения в производство технологических процессов, возрастанию ошибок при принятии решений во время изменений конструкторской и технологической документации и усложнению согласования технологической документации.

— При серийном и мелкосерийном производстве, в режиме сжатых сроков на технологическую подготовку производства часто нарушается технологический процесс (изменение формы заготовки, использование режущего инструмента не по технологическому процессу, обработка на другом оборудовании и т.д.). Это приводит к увеличению изменений технологического процесса и брака.

— Не работает система менеджмента качества контроля за технологической дисциплиной. Никто не анализирует полученные дефекты и отклонения, не ведет их статистику и не документирует принятые решения. Полученный опыт не передается, а значит, каждый раз совершаются одни и те же ошибки при проектировании

и внедрении в производство технологических процессов и изготовлении деталей и изделий.

Для сокращения потерь времени на технологическую подготовку производства и проектирования конкурентоспособных, ресурсосберегающих современных технологических процессов необходимо изменить структуру службы подготовки производства с функциональной на матричную. Матричная структура является компромиссом между функциональной и проектными структурами. Она оптимальна для большинства компаний. Основным недостатком — каждый исполнитель имеет двух начальников, в связи, с чем часто возникают конфликты приоритетов между работами проекта и функциональными обязанностями. Преимущества:

- Четкое разграничение по продуктам (проектам);
- Высокая гибкость и адаптивность основных подразделений;

- Высокая профессиональная квалификация функциональных руководителей;
- Благоприятные условия коллективного стиля руководства;
- Простота разработки и реализации единой политики.

В предложенной структуре предлагается применить процессный подход к управлению. В рамках процессного подхода предполагается выделение проблемного Бизнес-процесса и его участников, назначение одного из участников Бизнес-процесса Владельцем и делегирование полномочий и ответственности по управлению данным Бизнес процессом ему. Возникает матричная структура при управлении регулярной деятельностью. Участник Бизнес-процесса подчиняется функциональному руководителю и владельцу Бизнес-процесса, что связано с применением одновременно двух подходов к управлению

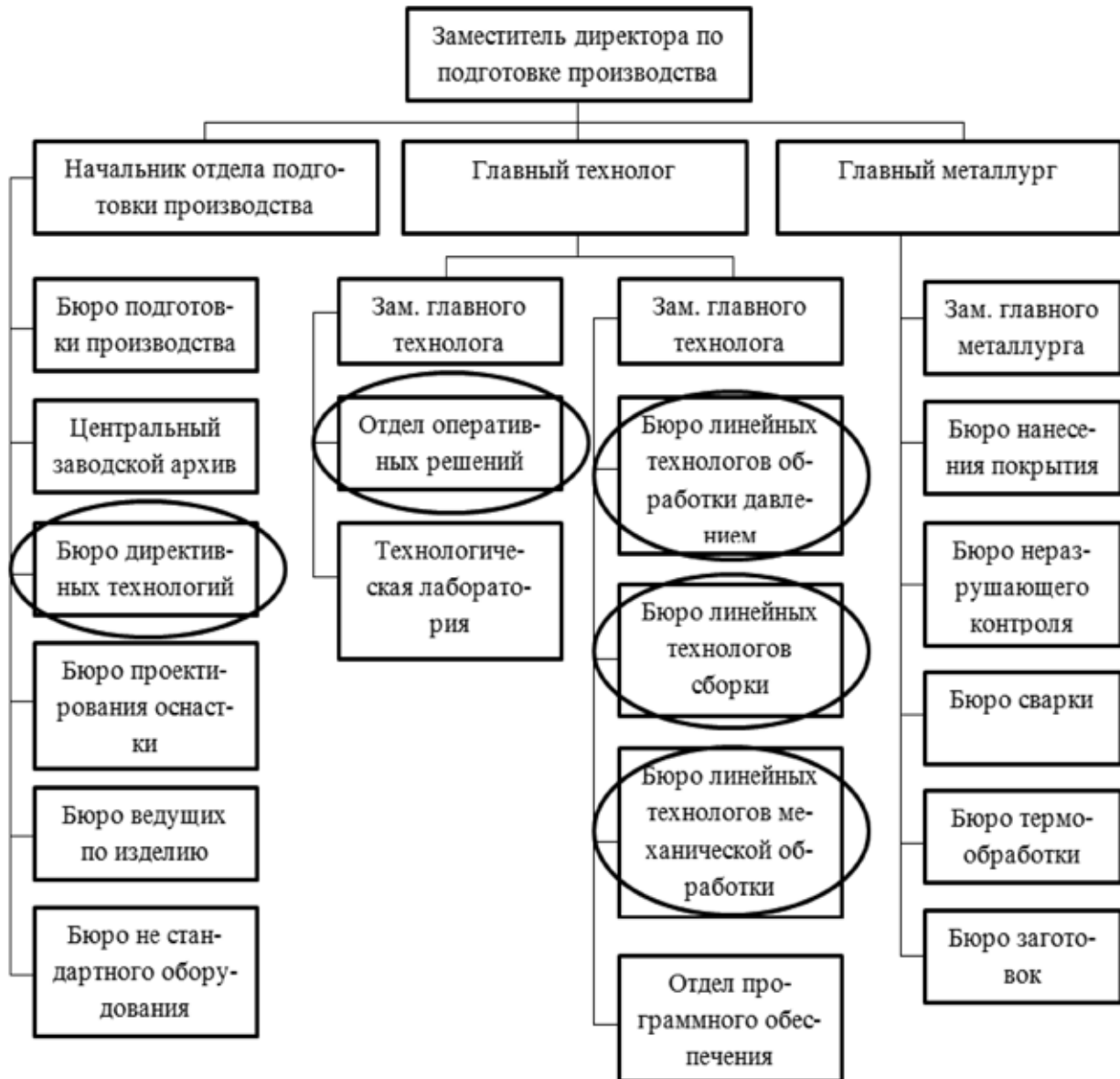


Рис. 1. Новая структура службы подготовки производства

регулярной деятельностью: функционального и процессного.

В настоящее время процесс разработки технологической документации разделен на несколько бизнес-процессов, которые не нацелены на конечный результат. Задачи главного технолога и главного металлурга сводятся к одному, хорошо выполнить свою задачу, без учета их влияния на весь процесс в целом.

Для улучшения качества разрабатываемой продукции и сокращения времени разработки технологической документации в матричную структуру службы технологической подготовки производства были введены следующие бюро и отделы:

1. Бюро линейных технологов — специалисты, которые разрабатывают технологический процесс, внедряют в производство технологический процесс, решают возникающие вопросы при внедрении технологического процесса в производство.

Плюсы:

— Из-за специализации по направлению и созданию базы шаблонных технологических процессов на типовые детали и изделия, сокращается время на разработку технологических процессов;

— Активное участие инженеров-технологов в процессе внедрения в производство технологических процессов,

способствует появлению новых технических решений.

Минусы:

— Узкая специализация инженеров-технологов;
— Необходимо переработать под созданные шаблоны около 80–90% существующих технологических процессов.

1. Бюро директивных технологий. Бюро по автоматизации процессов проектирования, разработки шаблонов типовых технологических процессов в TeamCenter и поддержки справочной информации в актуальном состоянии. Создание данного бюро позволит сократить время на разработку и согласование технологических процессов и постоянно улучшать качество разрабатываемых технологических процессов.

2. Отдел оперативных решений, проводит технический аудит процессов и выявляет коренные причины дефектов и отклонений. Грамотная работа специалистов отдела позволит оперативно и эффективно вывести предприятие на новый уровень качества продукции и удовлетворенности потребителя.

3. Новая структура службы технологической подготовки производства и проектный подход к решению технологических процессов позволит в короткие сроки разрабатывать конкурентоспособные технологические процессы изготовления и ремонта изделий.

Литература:

1. Рыжов, Э. В., Аверченков В. И. Оптимизация технологических процессов механической обработки. Киев: Наук. думка, 1989. 192 с.
2. Гордон, А. М., Сергеев А. П., Смоленцев В. П. и др. Автоматизированное проектирование технологических процессов. Воронеж; ВГУ, 1986. 196 с.
3. Формирование универсальной базы данных о деталях и технологии их обработки: Метод. рекомендации М.: ЭНИМС, 1989. 52 с.
4. С. П., Куликов А. Д., Миляев О. Н. и др. Технологическая подготовка гибких производственных систем. Митрофанов Л.: Машиностроение, 1987. 352 с.
5. Автоматизированные системы технологической подготовки производства для гибких производственных систем механической обработки: Метод. рекомендации. М.: ВНИИТЭМР, 1985. 108 с.

Организация управления и финансирования природопользования и охраны окружающей среды

Кузнецова Юлия Наильевна, кандидат биологических наук, доцент
Томский государственный архитектурно-строительный университет

При осуществлении функций управления экологией всё большее значение приобретают экономические подходы к рациональному природопользованию и охране окружающей природной среды. Между хозяйственной деятельностью и природными системами неизбежно возникают противоречия, которые различаются глубиной проявления и различными путями разрешения. Приори-

тетным направлением при этом является формирование эффективного экономического механизма природопользования и охраны окружающей среды.

Природопользование в широком смысле — это взаимодействие общества и природы, то есть практически любой вид деятельности человека, связанный с использованием природных ресурсов и условий и изменением

состояния окружающей природной среды. В узком же смысле природопользование — это система специализированных видов деятельности людей, осуществляющих первичное присвоение, использование ресурсов природы, а также охрану окружающей среды. На региональном уровне сфера природопользования образована предприятиями и организациями региональной экологической инфраструктуры, системами мусороудаления и мусоропереработки, объединенными очистными комплексами, системами канализации, службами регионального экологического мониторинга, сетью особо охраняемых и защитных территорий и т. д.

Весьма сложным, но необходимым является эффективное использование природопользования и охраны окружающей среды. Особый интерес это имеет с экономической точки зрения. В каждом регионе, несмотря на общность в структуре этой сферы экономики, имеются свои специфические особенности в экономической ответственности за их использование. Важным условием организации сохранения и использования природных ресурсов страны является наличие инструментов управления, его экономическая оценка в системе рыночных отношений.

Проблема экономической (денежной) оценки природных ресурсов — одна из наиболее сложных и дискуссионных в современной науке. Основные проблемы при оценке возникают из-за отсутствия общепринятой методологии экономических оценок ресурсов и процессов ресурсопотребления и слабости соответствующей правовой и нормативно-методической базы. Это не позволяет учитывать и отражать природные ресурсы в составе национального богатства страны наряду со стоимостью основных производственных фондов, зданий и сооружений.

В настоящее время в экономической науке получили развитие нижеследующие основные подходы социально-экономической оценки природных ресурсов для их отражения в структуре национального богатства (по рыночной стоимости): затратный, результативный, затратно-ресурсный, воспроизводственный, кадастровый, рентный подходы, **подход по экономической оценке природных ресурсов на основе такс возмещения ущерба, подход по оценке биопродукции на основе метода анкетного опроса населения.**

Остановимся более подробно на системе показателей затратного подхода, а именно, на оценке ущербов от загрязнения окружающей среды. Экономическая оценка ущерба от загрязнения окружающей среды складывается из следующих затрат:

- дополнительные затраты общества в связи с изменением в окружающей природной среде;
- затраты на возвращение окружающей природной среды в прежнее состояние;
- дополнительные затраты будущего общества в связи с безвозвратным изъятием части дефицитных ресурсов.

Такой подход (учет большего качества элементов) оценки ущерба требует огромного количества инфор-

мации и поэтому мало применим на практике. В существующих методиках используется подход, основанный на упрощенной процедуре, базирующийся на приведении различных примесей к «монозагрязнителю», т. е. агрегированному виду.

Таким образом, в самом общем плане методические вопросы экономической оценки ущербов от загрязнения окружающей среды можно свести к денежной оценке негативных изменений в широком спектре последствий:

- социальными ущербами (ухудшения здоровья человека, вынужденного дышать загрязненным воздухом, пить воду, содержащую вредные примеси и есть продукты, «обогащенные» нитратами; изменение возможностей развития и воспитания личности вследствие исчезновения привычного ландшафта и природы, а также исторических и культурных памятников, несших информацию о национальной культуре);

- экологическими ущербами (необратимые разрушения уникальных экосистем, исчезновение видов, генетические потери и так далее);

- экономическими ущербами (изменение полезности окружающей среды вследствие ее загрязнения). [1].

В условиях рыночных отношений система управления ресурсным потенциалом и его сохранения требует особого внимания. Поэтому, при разработке мер подходов следует знать опыт других государств по этому вопросу. Механизм управления природоохранной деятельностью на Западе отработывался с конца прошлого века, и каждая из развитых стран разработала свою модель. Этот механизм представляет собой весьма разветвленную систему, включающую правовое обеспечение, административные и экономические методы управления качеством окружающей среды.

Все методы охраны окружающей природной среды можно разделить на три группы:

- нефискальные методы — это введение природоохранных обязательных условий; изменение правовых условий с учетом экологического фактора; непринудительное побуждение природопользователей к природо-совместимым действиям; обеспечение преимуществ природопользователям, использующих природосберегающие продукты и способы производства;

- методы, связанные с государственными доходами (лицензирование природопользования; налоги на загрязнение окружающей природной среды);

- методы, связанные с государственными расходами — это природоохранные целевые инвестиции; госбюджетное финансирование мероприятий, имеющих косвенное отношение к охране окружающей природной среды; экологонаправленная политика занятости населения; непосредственное стимулирование экологонаправленной частной хозяйственной инициативы; государственная поддержка экологических направлений НИОКР; государственное финансирование учреждений охраны окружающей среды. [2].

нирование, финансирование природоохранных мероприятий, экономическое стимулирование рационального природопользования, контроль и учет в экологической сфере, экологическое нормирование, правовое регулирование и т. п.

На основании проведенного исследования можно сделать вывод о том, что механизм регулирования природоохранной деятельности сложился по аналогии с западными странами. Но в Российской Федерации имеются свои специфические особенности не только в целом по стране, но и по отдельным регионам.

Анализ практики экономического регулирования охраны окружающей среды выявил некоторые проблемы теоретического характера: нет единства в системе класси-

фикаций природных ресурсов, в законодательном аспекте есть необходимость дальнейшего усовершенствования нормативной базы.

В практическом плане экономический механизм регулирования так же нуждается в совершенствовании. Так доходы от природопользования в региональный бюджет составляют около 1%, что не покрывает ущерба от деятельности хозяйствующих субъектов. Поэтому основной упор делается на инвестиции в природоохранный комплекс. Инвестирование осуществляется в основном за счет природопользователей в виде финансовых вложений на конкретные мероприятия, а также за счет бюджета вышестоящих уровней. Роль иностранных инвестиций не существенна.

Литература:

1. Гирусов, Э. В. Экология и экономика природопользования / Э. В. Гирусов, С. Н. Бобылев, А. И. Новоселов, и др.; под ред. Э. В. Гирусова. — М.: Закон и право, ЮНИТИ, 2008. 455 с.
2. Моисеев, Н. А. Экономический механизм обеспечения экологической безопасности и рационального природопользования в России / Н. А. Моисеев // Использование и охрана природных ресурсов в России. — 2012. — № 3. — с. 32–36.

Роль экспортно-импортных операций в развитии экономики

Лапина Дарья Михайловна, студент;

Научный руководитель: Матвеев Данил Максимович кандидат экономических наук, доцент
Новосибирский государственный аграрный университет

В современных условиях экспорт играет важную роль в развитии национальной экономики России. Основным показателем, определяющим размеры экспорта, является — экспортная квота, который показывает способность той или иной отрасли удовлетворять не только внутренний, но и внешний спрос, а так же характеризует значение экспорта для развития экономики страны.

Вследствие проводимых реформ в нашей стране и высокой доли сырьевых ресурсов в структуре экспорта, его объем не носит стабильного характера. В результате, по официальному среднегодовому курсу ЦБ РФ, его значение в 1998 г. составило 26,9% от ВВП, в 1999 г. — 40,6%, 2000 г. — 42,6%. Начиная с 2001 г., вследствие стабилизации российской экономики и роста внутреннего потребления, удельный вес экспорта в структуре ВВП значительно сократился и составил 24%. В 2002–2003 г. он составил 31 и 30%, соответственно.

Изучение структуры экспортируемой продукции показало, что удельный вес продукции обрабатывающих отраслей, особенно машиностроения, остается невысоким. По показателям доли машин и оборудования в структуре экспорта, Россия уступает не только промышленно развитым странам, но и многим развивающимся государствам [1]. На данном этапе перед страной стоит за-

дача — перестроить структуру экспорта, повысить в нем долю обрабатывающих отраслей, в первую очередь наукоемких.

Начиная с 2003 по 2008 г. на мировом рынке наблюдалось значительное повышение цен на энергоносители.

Пик роста цены на нефть (129,3 за бар.), пришёлся на июль 2008 г. с резким падением до 31,8 долл., в декабре этого же года. Для рассматриваемого периода характерно увеличение физического объема экспорта сырой нефти и нефтепродуктов. Максимальный темп прироста был достигнут в 2002–2004 г. — 10–11% ежегодно. При этом с 2005 г. по данному виду продукции наблюдается не эластичность экспорта по цене, что связано с ограничениями по объемам добычи и высокой степени загрузки транспортной инфраструктуры.

Сырьевая специализация нашей страны в сфере экспорта, которая позволяет одновременно говорить и о достаточно высокой степени её открытости для зарубежного потребителя, и о высокой степени зависимости от внешних рынков, а так же преобладание фискальной функции государства во внешнеторговой политике, по сравнению с регулирующей. Это подтверждается тем, что 40% доходной части федерального бюджета формируется за счёт таможенных пошлин и сборов [2, 9].

Если рассматривать товарную структуру экспорта РФ за 2014 год, то можно увидеть, что в ней традиционно доминирует топливо, доля которого составила 69,5%, снизившись на 1 процентный пункт по сравнению с историческим максимумом предыдущего года (70,5%). Поставки топлива в стоимостном выражении составили 346 млрд долл., что существенно меньше показателей трёх предшествовавших лет (360–370 млрд долл.).

Второе место в структуре экспорта России занимает металлопродукция. В 2014 г. её удельный вес составил 8,1%, немного повысившись по сравнению с абсолютным минимумом прошлого года (7,8%); в середине 2000-х гг. на металлопродукцию приходилось примерно 15% экспорта. Величина экспорта металлов в стоимостном выражении — свыше 40 млрд долл. — в отчётном году была наименьшей за последние 5 лет и сопоставима с показателем 2006 г.

Третье место в российском экспорте принадлежит химическим товарам, их удельный вес в 2014 г. был на уровне 5,9%, не изменившись по сравнению с предыдущим годом; более низким этот показатель был только в 2006 г. (5,6%). Стоимость экспортированных химикатов в 2014 г. составила свыше 29 млрд долл. — существенно уступила рекордным показателям 2011–2012 гг.

По итогам 2014 г. доля экспорта составил 16,9% от ВВП. При этом на готовую продукцию приходилось лишь 4% от общего объёма, что значительно ниже развитых стран.

Одним из наиболее значимых признаков внешнеэкономической политики, которых является высокая доля импорта именно готовой продукции. Удельный вес развитых стран в экспорте готовой продукции составляет 77%, а в импорте — 66%. Лидерами в торговле готовыми изделиями являются Германия (14,2%), США (13%) и Япония (12,9%). Т. е. та сфера, где развитые и даже некоторые развивающиеся страны (индустриальные страны Юго-Восточной Азии) имеют явное преимущество, которое наиболее полно соответствует современному характеру международных экономических отношений [3].

К основным видам готовой продукции экспортируемым из России можно отнести: продукцию чёрной металлургии и химической промышленности, продукты переработки древесины, машины, оборудование и транспортные сред-

ства гражданского назначения, вооружение и военная техника, текстильная продукция, обувь и прочие товары [4].

Введение в 2014 г. санкций по отношению к России и объявление продовольственного эмбарго, в качестве ответа на них, положительно отразилось на объёмах импорта. По итогам сентября его объём сократился на 35,7% и составил 16,7 млрд долл. [5].

Вместе с тем изменилась не только структура импортируемого продовольствия, но и маршруты доставки данной продукции, что в совокупности со снижением курсовой стоимости рубля на валютном рынке привело к существенному росту цен для конечных потребителей [6, 8, 12].

Если раньше крупнейшими Российскими импортерами были такие страны, как: Евросоюз, США, Австралия, Канада, Норвегия и Украина, то теперь это страны: Беларусь, Казахстан, Аргентина, Новая Зеландия, Уругвай, Бразилия, Парагвай, Эквадор, Турция, Египет, Марокко, Китай, Израиль и Азербайджан.

Положительные изменения произошли, к примеру, по следующим видам продукции:

— стоимость молочной продукции новых импортёров в ряде случаев значительно ниже стоимости продукции, произведённой в странах, попавших под «антисанкции»;

— стоимость одной тонны фруктов, привезённых из Эквадора, Турции, Египта, Марокко и Аргентины, в среднем в два раза ниже средней стоимости тонны фруктов из ЕС, США, Австралии и Украины (около 900 и двух тысяч долларов, соответственно) [7].

Основными факторами роста розничных цен является транспортировка продуктов, плата за использование логистической инфраструктуры, оформление необходимых документов и так далее [10, 11].

Подводя итог, можно отметить, что экспортно-импортные операции составляют основу внешнеторговой деятельности суверенных государств. Так следует отметить, что сложившаяся ситуация в нашей стране, позволяет не только переосмыслить роль переориентации российской экономики, как поставщика сырьевых ресурсов, на вывоз уже конечного продукта. Не последнюю роль в этом процессе отводится и развитию агропромышленного комплекса, как базовой отрасли, обеспечивающей продовольственную безопасность страны.

Литература:

1. Научная электронная библиотека, <http://www.dissercat.com/>
2. Абалкин, Л. Логика экономического роста. РАН. Москва 2002 г.
3. Российский статистический ежегодник. Госкомстат. Официальное издание. 2003 г.
4. Российская экономика в 2000 г. Тенденции и перспективы. ИЭПП, Москва. 2001 г.
5. Новости @mail.ru <https://news.mail.ru/economics/23780610/?frommail=1>
6. Новости The Village. Режим доступа: <http://www.the-village.ru/village/situation/situation/173685-что-budem-est-v-2015>
7. РИАНовости Режим доступа: http://ria.ru/trend/Russia_sanctions_reaction_06082014/
8. Матвеев, Д. М. Роль транспортных затрат в повышении конкурентоспособности российского зерна на мировом рынке/Логистика сегодня. — 2014. — № 2. — с. 122–128.

9. Лещенко, Г. С. Современное состояние долговой нагрузки субъектов РФ/Д. М. Матвеев, Г. С. Лещенко // Экономика и бизнес: теория и практика. — 2015. — № 2 — с. 39–43.
10. Лещенко, Г. С. Инфляционные процессы и их роль в развитии экономики/Д. М. Матвеев, Г. С. Лещенко // Экономика и бизнес: теория и практика. — 2015. — № 1 — с. 55–57.
11. Matveev, D. M. Current state of production and finance development of scientific and technological progress in agriculture/European Researcher. — 2014. — Vol. (81), № 8–2. — P. 1532–1545.
12. Матушевич, О. В. Тенденции развития мирового рынка говядины/Д. М. Матвеев, О. В. Матушевич // Вестник АГАУ. — 2015. — № 9 (131). — с. 161–165.

Анализ технических средств таможенного контроля, применяемых для контроля делящихся радиоактивных материалов

Лаптев Роман Алексеевич, кандидат исторических наук, доцент;
Родионова Анастасия Дмитриевна, студент;
Сычева Наталья Александровна, студент
Юго-Западный государственный университет (г. Курск)

В статье анализируются технические средства таможенного контроля, применяемые для контроля делящихся радиоактивных материалов, рассмотрены их основные виды.

Ключевые слова: таможенный контроль, технические средства таможенного контроля, делящиеся радиоактивные материалы.

Приказом ФТС России от 21.12.2010 № 2509 утвержден Перечень технических средств таможенного контроля, применяемых таможенными органами Российской Федерации при проведении таможенного контроля (Перечень), и порядок применения технических средств таможенного контроля в таможенных органах Российской Федерации [1].

В соответствии с данным Перечнем таможенные органы применяют при проведении таможенного контроля следующие технические средства таможенного контроля:

- Досмотровая рентгеновская техника;
- Инспекционно-досмотровые комплексы;
- Средства поиска;
- Досмотровый инструмент;
- Средства нанесения и считывания специальных меток;
- Технические средства подповерхностного зондирования;
- Оптические устройства и приборы;
- Технические средства идентификации;
- Химические средства идентификации;
- Технические средства документирования;
- Технические средства контроля носителей аудио- и видеoinформации;
- Технические средства измерения количественных и качественных показателей лесо- и пиломатериалов;
- Системы считывания и распознавания номерных знаков автотранспортных средств;
- Система визуального наблюдения;
- Оптические устройства и приборы;

- Приборы взвешивания;
- Технические средства таможенного контроля делящихся и радиоактивных материалов (ДРМ).

Данным Перечнем технические средства таможенного контроля делящихся и радиоактивных материалов выделены в отдельный раздел, которые, в свою очередь, можно разделить на следующие [2].

1. Стационарные системы обнаружения ДРМ. Самая распространенная стационарная система обнаружения ДРМ в таможенных органах — система «Янтарь».

Система предназначена для обнаружения несанкционированного перемещения делящихся и радиоактивных материалов через контрольно-пропускные пункты различных объектов (пункты пропуска через государственную границу РФ, таможенные склады, склады временного хранения).

Она рассчитана на непрерывный круглосуточный автоматический режим работы и включает в себя стойку (стойки) расположенные у прохода (проезда) контролируемой зоны; пульт ПВЦ-01 или компьютер с платой согласования. «Янтарь» устанавливается на входе в зону таможенного контроля и функционирует в непрерывном автоматическом режиме.

Система обнаруживает радиоактивные материалы в зоне контроля, ограниченной проходом (проездом) шириной 3–6 м в зависимости от модели используемого монитора, при перемещениях источника со скоростью не более 15 км/ч или при перемещении источника, с остановкой в контролируемой зоне на время не менее 10 секунд.

2. Мобильные системы обнаружения делящихся и радиоактивных материалов — таможенный подвижной пост радиационного контроля. Таможенный подвижной пост радиационного контроля позволяет осуществлять таможенный контроль, направленный на пресечение незаконного перемещения ДРМ через границу Российской Федерации, таможенный контроль ДРМ, перемещаемых в рамках внешнеэкономической деятельности, обеспечение радиационной безопасности при работе с ДРМ, на ДРТ (досмотровой рентгеновской технике) и ИДК (инспекционно-досмотровых комплексах).

3. Поисковые приборы радиационного контроля.

4. Дозиметры, которые разделяют на дозиметр индивидуальный гамма-излучения, дозиметр рентгеновского и гамма-излучения универсальный, дозиметр рентгеновского и гамма-излучения индивидуальный, термолюминесцентный дозиметр, дозиметр-радиометр поисковый.

Основная функция дозиметров — измерение индивидуального эквивалента дозы Нр (10), Нр (0,07), вспомогательная — измерение мощности дозы Нр (10), Нр (0,07) непрерывного рентгеновского и гамма-излучения.

Приборы обеспечивают измерения в диапазоне 7,5 по-

рядков по мощности дозы, имеют отдельную звуковую и светодиодную сигнализацию.

5. Радиометры-спектрометры.

В качестве примера можно привести спектрометр МКС-АТ6101С, который предназначен для обнаружения источников радиоактивного излучения и является эффективным техническим средством предупреждения радиологических террористических угроз или других действий, таких как незаконное хранение, использование, передача и транспортировка радиоактивных веществ и материалов. Спектрометр может также использоваться при радиационном мониторинге местности, маршрутов, отдельных территорий, промышленных площадок, зданий с GPS-привязкой на местности. Он размещается и носится в рюкзаке, имеет в составе блоки детектирования для спектрометрии гамма-излучения, детектирования нейтронов, при необходимости — широкодиапазонный дозиметрический блок детектирования (опция).

6. Средства индивидуальной защиты.

Таким образом, все ТСТК, применяемые для контроля ДРМ, можно разделить на шесть групп по функциональному признаку, способу размещения (стационарные и мобильные), объекту контроля и т. п.

Литература:

1. Минакова, И. В. Введение в специальность (для студентов специальности 036401 Таможенное дело) (учебное пособие) [Текст]/И. В. Минакова, М. Е. Тихомиров, В. В. Коварда // Международный журнал экспериментального образования. — № 5, 2013. — с. 124.
2. Минакова, И. В. Организация таможенного контроля товаров и транспортных средств (учебное пособие) [Текст]/И. В. Минакова, М. Е. Тихомиров, В. В. Коварда // Международный журнал экспериментального образования. — № 5, 2013. — с. 124–125.

Особенности современной мотивации управленческого персонала в строительной организации

Ларина Алина Александровна, магистрант

Белгородский государственный национальный исследовательский университет

В настоящее время российские предприятия сталкиваются с проблемами адаптации к постоянно изменяющимся рыночным условиям. Преодоление трудностей рыночной экономики напрямую связано с эффективным функционированием инвестиционно-строительной сферы страны.

Так, строительная отрасль является базисом при создании нового производственного аппарата отраслей обслуживания и материального производства. В свою очередь важным аспектом эффективного функционирования строительства выступает действенность управления данной отраслью.

Система управления персоналом строительного предприятия — совокупность принципов, методов, форм, организационного механизма по выработке целей и задач, направленных на сохранение, укрепление и развитие кадрового потенциала, на создание квалифицированного и высокопроизводительного коллектива, способного своевременно реагировать на постоянно меняющиеся требования рынка с учетом стратегии развития организации [1].

Организационные формы управления капиталным строительством должны соответствовать продиктованным рыночными отношениями новым условиям хозяйствования. В частности, они должны обеспечивать внедрение

в практику строительства достижений научно-технического прогресса, повышение темпов производства строительно-монтажных работ, снижение ресурсоемкости производства, своевременный ввод объектов в эксплуатацию.

Одним из наиболее значимых препятствий при решении данных задач на сегодняшний день является неэффективная система мотивации сотрудников, использующая в основном устаревшие методы, разработанные в период индустриальной экономики.

Значимость данной проблемы обуславливается ещё и тем, что затрагивает главную ценность любого хозяйствующего субъекта — его интеллектуальный капитал.

В научной литературе интеллектуальный капитал понимается «как интеллектуальная материя, включающая знания, опыт, информацию, интеллектуальную собственность, — всё, что обеспечивает создание ценностей» [3]. Это сумма компетенций всех работников организации.

В целях эффективного управления интеллектуального капитала необходимо применять инновационные современные технологии мотивации персонала, что позволит сэкономить все виды организационных ресурсов.

Таким образом, инновационные технологии в системах организационного управления становятся закономерностью развития современного бизнеса.

Мотивация представляет собой процесс побуждения сотрудника к активной деятельности для удовлетворения своих потребностей и для достижения целей организации [4].

Инновация в управлении как инструмент достижения организационных целей должна соответствовать ряду признаков. Во-первых, обладать новизной для организации, в которой она используется; во-вторых, удовлетворять личные и организационные потребности работников; в-третьих, способствовать достижению главных организационных целей.

Итак, «инновационные технологии мотивации персонала — это система новых для конкретной организации инструментов, побуждающих работников к эффективной трудовой деятельности, направляющая её на достижение целей организации, обеспечивающая удовлетворенность персонала своим трудом» [1].

Управленческий персонал в строительной сфере представлен категорией работников непосредственно осуществляющих функции управления. Он включает в себя руководителей, заместителей руководителей, работников, возглавляющих подразделения предприятий.

В период индустриальной экономики коммуникации между менеджерами и работниками имели преимущественно вертикальный характер, характеризовались прямой административной властью над подчиненными. Основной формой мотивации всех работников, том числе и управленцев, являлась денежная мотивация.

В эпоху постиндустриальной экономики необходимым условием успешного функционирования хозяйствующего субъекта является поиск новых подходов к управлению, повышению его эффективности.

Механизм стимулирования работников строительной области должен предопределяться особенностями труда в данной сфере. К ним относятся повышенная ответственность, необходимость постоянного самообразования при постоянном изменении нормативно-правовых актов и документов, высокие квалификационные требования, высокая индивидуализация. Кроме этого, сферу строительства отличает тяжесть и периодичность труда.

Система мотивации управленческого персонала с использованием современных управленческих технологий может включать следующие элементы.

1. Технология «Компенсационный пакет». При данном методе компенсационный пакет привязан к четко сформулированным организационным целям и индивидуальным показателям эффективности труда.

2. Технология «Командообразование». Предполагается стимулирование создания единой команды, имеющей возможность формулировать цели и задачи деятельности, нести ответственность за результаты и выбранные методы работы.

3. Технология «делегирования полномочий» предусматривает мотивацию руководителей через делегирование им права на принятие решений, распоряжение финансовыми ресурсами.

Таким образом, в условиях рыночной экономики на первый план выходит нематериальное стимулирование сотрудников. Использование данных технологий будет стимулом для работников не просто выполнять работу и получать за неё материальное вознаграждение, а стремиться к получению более высоких результатов в своей деятельности, желанию совершенствоваться как специалиста.

Материальные методы мотивации включают в себя премии по результатам работы, подарки, различные бонусы. Следует отметить, что экономическая мотивация должна иметь временный характер, и не следует рассматривать её как постоянную надбавку к заработной плате. Сверхнормативный доход целесообразно увязывать с эффективностью деятельности сотрудника.

Не стоит забывать, что деятельность каждой отдельной организации даже в рамках одной сферы деятельности специфична. В связи с этим, при разработке модели системы мотивации персонала следует учитывать особенности определенной организации.

Для установления ключевых «стимулов престижа» эффективным методом будет проведение опроса сотрудников фирмы с целью определения главных для них мотивов. При этом, целесообразно внедрять те позиции, которые нашли отражение более чем у половины сотрудников.

Кроме этого, проанализировать достигнутые успехи в области мотивации следует периодически проводить оценку их слабых и сильных сторон, вырабатывать меры по их дальнейшему совершенствованию.

Для получения полезного результата от мотивации сотрудников воздействие должно осуществляться комплексно. При этом, комбинация форм в каждом случае

должна быть разной. Это позволит избежать эффекта привыкания, когда сотрудники постепенно привыкнут к воздействию и, они потеряет свою актуальность.

Итак, эффективное проведение работ по капитальному строительству новых предприятий, расширению и реконструкции действующих организаций, основных средств напрямую зависит от действенности управления строительной отраслью. Для повышения эффективности любой деятельности целесообразно использовать мотивацию.

Механизм мотивации труда работников в сфере строительства представляет собой совокупность специфических инструментов экономического, социального, организационного, психологического характера.

Наличие эффективной системы мотивации трудовой деятельности персонала повышает производительность труда, уменьшает текучесть кадров, ведет к успеху и процветанию организации.

Мотивация персонала строительной сферы должна отражать особенности деятельности.

Строительство как отрасль народного хозяйства имеет свою специфику. Труд работников отличается тяжестью,

периодичностью, непрестижностью. Эти факторы обуславливают необходимость в дополнительной мотивации сотрудников.

Экономические методы мотивации по-прежнему содействуют производительности труда.

Однако в настоящее время стала актуальной проблема именно нематериальной мотивации работников. Применение организационно-распорядительных методов мотивации, таких как возможность карьерного роста, профессионального совершенствования, делегирование полномочий, нацеленность на создание команды будут способствовать стремлению работника постоянно достигать новых высот в профессиональной деятельности.

Чтобы построить эффективную систему мотивации персонала, необходимо в первую очередь выявить реальные потребности сотрудников, затем сформировать дифференцированную систему вознаграждения (комплекс материальных и нематериальных поощрений для разных категорий работников).

В целом, чтобы система стимулов была эффективной, каждый работник должен хорошо представлять, каковы цели его деятельности и какие результаты поощряются.

Литература:

1. Ляхова, Н. О. Специфика современного управление мотивацией персонала в строительной сфере [Электронный ресурс]/Н. О. Ляхова, Т. В. Карпенко. Справочная правовая система «Консультант Плюс». Разд. «СМИ».
2. Панфилов, А. В. Внедрение управленческой инновации: роль лидера и мотивация персонала [Текст]/А. В. Панфилов // Теория и практика общественного развития. — 2012. — № 1. — с. 75–78.
3. Сергеев, А. Л. Категории в теории интеллектуального капитала [Текст]/А. Л. Сергеев // Менеджмент в России и за рубежом. — 2012. — № 1. — с. 3–18.
4. Старцева, В. Н. Модели внедрения инновационных технологий мотивации персонала в организациях [Текст]/В. Н. Старцева // Маркет ДС. — 2012. — с. 4.–10.
5. Труфанова, Т. А. Проблемы управления мотиваций труда в современных организациях [Текст]/Т. А. Труфанова // Социально-экономические явления и процессы. — 2013. — № 6 (52). — с. 138–144.
6. Череповский, А. Инновационный менеджмент для инновационных преобразований в строительстве [Текст]/А. Череповский // Кадровик. — 2012. — № 1. — с. 16–21.

Факторы ценообразования на рынке автомобильных топлив в Российской Федерации

Липатов Андрей Андреевич, магистр;

Научный руководитель: Максимов Юрий Васильевич, кандидат экономических наук, доцент
Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского.

В данной статье рассмотрен вопрос ценообразования на рынке автомобильного топлива России. Проанализирована структура цены, зависимость цены от различных факторов, показана динамика цен за последние 10 лет. Представлен механизм формирования внутренних цен с учетом влияния мирового уровня цены на нефть. Выявлены причины которые способствуют росту цен на автомобильное топливо при падении мировых цен на нефть. В заключении сделаны выводы о перспективах развития ценовой ситуации на рынке автомобильных топлив.

Ключевые слова: ценообразование, налоговый маневр, нефтепродукты.

Вопрос ценообразования на рынке автомобильных топлив является одним из ключевых для экономики России. Это обусловлено тем, что цены на бензин с каждым годом становятся выше и есть основания полагать, что стоимость бензина и дизельного топлива будут неуклонно расти и в дальнейшем. В отличие от зарубежных стран, в которых изменение мировых цен на нефть оказывает существенное влияние на цены нефтепродуктов, в Российской Федерации рынок нефтепродуктов не так сильно зависит от данных обстоятельств. Стоимость российского автомобильного топлива зависит в основном от налоговой составляющей.

В Российской Федерации средняя стоимость одного литра АИ-95 в настоящее время составляет 39 рублей 25 копеек. Структура данной цены зависит от различных факторов: таких как принимаемая правительством РФ налоговая составляющая, в первую очередь, зависящая от мировой стоимости нефти; наценки в розничной торговле; переработки нефти; хранения и транспортировки автомобильных топлив. Налоговые программы, которые принимаются в связи с изменением мировых цен на нефть, служат главным инструментом наполнения различных бюджетов страны, таких как: дорожные фонды за счет акцизов на автомобильное топливо; федеральный бюджет за счет НДС и НДС, что оказывает заметное влияние на фактор ценообразования автомобильных топлив.

Так как в РФ цена нефти влияет на стоимость валюты, в которой образуется вознаграждение за экспорт нефти, а средняя стоимость барреля нефти закладывается в бюджете страны на планируемый год. В 2015 году стоимость заложена на уровне 3075 рублей за нефть марки «Urals». Ценообразование нефти «Urals» основывается на цене марки «Brent», но дешевле ее в связи с худшим качеством из-за большего содержания серы и продается ниже на 1–2 доллара от цены марки нефти «Brent». В соответствии с тем, что на данный момент времени цена нефти значительно снизилась, а диапазон колебаний нефти марки «Urals» находится в переделах от 46 долларов до 48 долларов, курс валюты в связи с данным событием зна-

чительно вырос, так как идет тренд снижения вознаграждения от экспорта в российской валюте. Согласно данному обстоятельству в 2014 году Министерством финансов был предложен налоговый маневр, целью которого стало уменьшение экспортных пошлин на нефть и увеличение доли НДС, данный налоговый маневр вступил в силу. В структуре издержек производства автомобильных топлив величина налога на добычу полезных ископаемых (НДПИ) занимает существенное положение. Фактическая ставка налога на добычу полезных ископаемых в отношении нефти на 01.01.2015 — 31.12.2015 составляет 766 рублей за тонну. [1] Но также согласно статье 342 Налогового кодекса РФ, налоговая ставка умножается на коэффициент, характеризующий динамику мировых цен на нефть (Кц). На июль 2015 года налоговая ставка с учетом коэффициента Кц, руб./тонна составила в размере 6801,2374. В полной себестоимости добычи нефти доля НДС достигает уровня порядка 60%.

В соответствии с данными событиями перераспределение налоговых платежей с экспортной составляющей в пользу НДС означает, что налоговая нагрузка на нефтяную отрасль будет увеличиваться, не смотря на предположения сохранения прежней налоговой системы в стране. А в связи с тем, что наблюдается растущий уровень автомобилизации в РФ и возможны сокращением объемов добычи нефти, можно ожидать значительное снижение уровня экспорта нефти и нефтепродуктов.

При данных условиях введенного налогового маневра на действующих месторождениях возникнет соответствующие увеличение себестоимости добычи нефти, что повлечет снижение рентабельности скважин на существующих месторождениях, а в дальнейшем снижение добычи нефти и станет необходимым ввод новых месторождений. [2]

Также в силу отсутствия снижения действующих акцизов на производство топлив, а они достаточно высоки и действуют по принципу: выше экологичность топлива — ниже акциз, в 2015 г. акциз на автобензин класса Евро-3 составил 12879 руб./т., на автобензин класса Евро-4 составил

10358 руб./т, а на автобензин класса Евро-5 6233 руб./т. [1] В связи с данными пошлинами и фактом того, что многие НПЗ действующие на территории РФ не все были модернизированы для производства топлива класса Евро-5, а для модернизации нужны значительные инвестиции, нефтяные компании вынуждены платить более высокие пошлины, что в свою очередь отражается на конечных потребителях в виде более высоких цен на автомобильное топливо реализующееся через розничную торговлю.

Обстоятельства возникающие из-за налогового маневра, а также размеров акцизов и ситуации устаревших основных производственных фондов, повлекут увеличение издержек у нефтяных компаний. Большую часть данных издержек будет нести конечный потребитель, и в силу их роста и различных уровней программ реализации, цены на автомобильный бензин и дизельное топливо будут

стремиться к более высоким расценкам, что наблюдается на протяжении длительного времени в РФ.

Рассматривая динамику цен на автомобильное топливо с 2006 по 2015 годы, отчетливо видно, что с каждым годом происходит рост цен в среднем на 7,5–8%, лишь в период с 2007 по 2008 годы этот показатель заметно ниже, а по нефтепродукту АИ-92 цена стала ниже в 2008 году по сравнению с предыдущим (табл. 1).

Структура действующей цены на автомобильное топливо характеризуется различными составляющими, такими как: хранение и транспортировка, переработка нефти, стоимость сырья, наценкой в розничной торговле, и налогами — НДС, НДПИ, Акциз. (рис. 1)

Главным образом в составе действующей цены доминирующее положение составляют налоги, их доля составляет 43%. На втором месте находится наценка про-

Таблица 1. Изменение средней цены на бензин с 2006–2015 гг. (руб./л).

| Изменение средней цены на бензин за 15 лет (руб./л) * | | | | | | | | | | |
|---|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|--------------|
| Года | | | | | | | | | | |
| Марка бензина | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 текущие |
| АИ-92 | 18,70 | 20,31 | 20,12 | 24,31 | 25,03 | 27,42 | 26,35 | 28,90 | 29,90 | 35,20 |
| АИ-95 | 20,15 | 21,90 | 22,80 | 25,00 | 25,40 | 30,00 | 27,90 | 32,30 | 37,5 | 39,25 |
| АИ-98 | | | | | | | 28,80 | 34,50 | 39,30 | 42,95 |

Источники: данные ФАС, обзор цен на бензин от консалтинговой компании «ОМТ-Консалт».



Рис. 1. Структура действующей цены на автомобильный бензин в РФ. (выраженная в процентном соотношении)

давца — 23%. Стоимость сырья и нефти занимает 15%, переработка нефти — 11% и 4% уходит на транспортировку и хранение.

Помимо налоговой нагрузки существуют и иные факторы влияющие на ценообразование автомобильного топлива. К ним относятся: картельный сговор, зависимость цены на бензин от географического положения субъекта в РФ.

Картельный сговор является одной из основных причин высокой цены на бензин. По оценкам экономистов, на рынке бензина чистая олигополия. Был принят ряд мер в этом направлении Федеральной Антимонопольной службой. ФАС возбудила антимонопольные дела против крупнейших нефтяных компаний «Роснефти», ЛУКОЙЛа и «Газпром нефти», обвинив их в завышении цен на нефтепродукты. Всего ФАС возбудила порядка 40 дел на региональных рынках нефтепродуктов в связи с тем, что региональные сбытовые компании, входящие в ВИНК, завышают оптовые цены для независимых АЗС, в том числе со ссылкой на цены неконкурентных биржевых торгов. [3]

Судебные заседания, решившихся в пользу ФАС, в бюджет РФ были выплачены штрафы в размере 19 миллиардов рублей. Основными установленными нарушителями на тот момент были: ОАО «Газпром-нефть» и еще не приобретенный в состав ОАО «НК Роснефть» — ОАО «ТНК-ВР Холдинг». Но тенденция данных проблем не изменилась.

Литература:

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (НК РФ) Часть 2 от 05.08.2000 № 117-ФЗ — [Электронный ресурс]. Режим доступа. URL: <http://www.consultant.ru/popular/nalog2/> (дата обращения 10.09.2015)
2. Мировые цены на нефть снижаются. В результате цены на бензин в Америке падают вместе с котировками, а в России все наоборот. Анализируем экономические причины, опрашиваем экспертов и сравниваем графики с 2006 года по наши дни. — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.kolesa.ru/article/pochemu-v-ssha-benzin-deshevet-a-v-rossii-dorozhaet-2014-11-11>
3. Случаи выявления картельных сговоров в России — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://gia.ru/spravka/20130527/939703562.html> (дата обращения 03.09.2014)
4. За литр бензина мы переплачиваем по 2–3 рубля — [Электронный ресурс]. Режим доступа. URL: <http://www.izvestia.ru/economic/article3103596/> (дата обращения 05.08.2014)

Конкурентная стратегия компании Volkswagen AG как составляющая национальной безопасности Германии

Липовская Наталья Игоревна, магистрант
Российский университет дружбы народов (г. Москва)

Volkswagen AG (далее — Volkswagen AG, Концерн, Группа) в настоящее время является концерном, в который входит несколько дочерних компаний: Audi AG, Automobili Lamborghini S. p. A (дочерняя компания Audi AG), Bentley Motors Ltd. Bugatti Automobiles S.A. S. (до-

другим фактором выступает зависимость цены на бензин от географического положения субъекта РФ. Расположение бензоколонки в населенном пункте. Цена зависит от населенности местности и района города, арендной платы за землю и других факторов. Рентабельность автозаправочных станций определяется уровнем платежеспособного спроса населения. [4]

Ценообразование на рынке является наиболее актуальной проблемой, но ее решение не имеет своего начала, так как вопрос образования цены напрямую зависит от таких факторов, как добыча нефти, транспортировка добытой нефти на НПЗ, переработка нефти, хранение полученных нефтепродуктов, розничная реализация через сеть АЗС, но самые основные факторы задающие динамику цен, является налоговая составляющая зависящая от цены нефти.

Рассмотрев данные факторы и динамику цен очевидно, что возрастание цены с каждым годом неизбежно, так как данный сегмент рынка значительно облагается налогами, а налоговые ставки возрастают с каждым годом, и в связи с уровнем колебаний нефтяных котировок, и конечно же с условиями введенного налогового маневра нацеленного на увеличение ставок НДС, что неблагоприятно будет сказываться на добыче нефти, так как приведет к увеличению ее себестоимости и снижению рентабельности для нефтяных организаций — последствиями чего, будет увеличение стоимости автомобильных топлив.

черняя компания Volkswagen France), MAN, Scania AB, SEAT S. A., Skoda Auto a. s. Volkswagen, Marine,

Porsche, Ducati Motor Holding S. p. A. (дочерняя компания Audi AG). Концерном производятся автомобили двенадцати марок: Volkswagen, Audi, SEAT, Skoda, VW

Commercial Vehicles, BENTLEY, Bugatti, Lamborghini, SCANIA, MAN, Porsche, Ducati, Scania [3], [7].

Volkswagen AG осуществляет продажи своей продукции в 18 странах мира и имеет наибольшие рынки сбыта в Германии и Китае, в которых продажи автомобилей марок, принадлежащих Volkswagen AG достигают более 1 миллиона автомобилей в год [4].

Volkswagen использует стратегию дифференциации, в соответствии с которой, компании важно позиционировать себя как уникального производителя продукта с ключевыми признаками.

Так, Volkswagen является самым безопасным автомобилем среди немецких производителей. С учетом того, что предпочтения потребителей разнятся от желания приобрести спортивный автомобиль для быстрой езды, либо автомобиль, комфортный для вождения, или красивый по дизайну, компания-производитель может занимать свою нишу на рынке, а также несколько ниш. Volkswagen, как уже было выявлено, занимает нишу безопасных автомобилей, но также он может удовлетворить потребности тех, кто ищет недорогую машину с небольшим расходом топлива, с качественным салоном и широким ассортиментом моделей разного цвета.

Концерн также использует стратегию *фокусирования*, которая направлена на аудиторию с определенными потребностями. Основными лояльными клиентами Volkswagen становятся те, кто предпочитает надежность и комфорт по приемлемой цене. Однако это касается только марки Volkswagen. В это же время в Концерне есть другие автомобили, стоимость которых превышает возможности людей со средним доходом. Речь идет об автомобилях класса люкс, таких как Bentley, Bugatti и Lamborghini. Эти компании обладают финансовой независимостью, однако, если рассматривать мощь всего Концерна в целом, то данные марки помогают занять нишу дорогих автомобилей для людей с высокими доходами, которые заботятся о своем статусе и подходят к выбору машины с целью поддержания своего социального статуса, либо его повышения.

Использование цены также может применяться как создание массовых продуктов и продуктов с достаточно высокой ценой для привлечения аудитории, ориентированной на люкс. В частности, Audi в составе Volkswagen имеет стремление создать дорогой, элитный продукт.

Одним из главных конкурентных преимуществ Volkswagen Group является дифференцированный продуктовый портфель компании. В него входят 12 брендов, которые представляют в общем итоге 280 различных моделей легковых и грузовых автомобилей, которые производятся в настоящее время в 7 странах Европы. При этом, бренды все принадлежат одной компании — Группе Volkswagen, но сохраняют свою индивидуальность и независимость в некоторых сферах на рынке. Эти бренды: 1) Volkswagen

Passenger Cars; 2) Audi; 3) SEAT; 4) Skoda; 5) Bentley; 6) Bugatti; 7) Lamborghini; 8) Porsche; 9) Ducati; 10) Volkswagen Commercial Vehicles; 11) Scania; 12) MAN.¹ Компания производит широкий спектр продукции: от мотоциклов до малолитражных автомобилей и автомобилей спорт-класса, кроме того, от небольшого коммерческого транспорта до грузовых транспортных средств и автобусов. Тем самым, компании удается быть участниками рынков разных сегментов, завоевывать своих покупателей и занимать все большую долю рынка, как транспортных средств в целом, так и отдельно в каждом сегменте данной отрасли.

Описанное положение дел является ничем иным, как *мультибрендовой стратегией* компании. Это, несомненно, одно из главных конкурентных преимуществ Концерна, которое позволяет покрывать все сегменты рынка, при этом удовлетворять потребности людей из разных слоев населения, с разными доходами, социальными статусами, потребностями. Кроме того, это позволяет компании представлять свою продукцию почти во всех странах мира, учитывая культурные, национальные особенности каждого народа и соблюдая законодательства этих стран [8]. В настоящее время Группа Volkswagen присутствует на всех ведущих мировых автомобильных рынках, к которым, в частности, относятся США, Россия, Мексика, Китай, Бразилия, Западная Европа.

Также описанная выше ситуация подходит под определение стратегии *укрупнения*. При данной стратегии компания использует вертикальную интеграцию, скупаю национальные и зарубежные марки автомобилей. После приобретения Bentley, Bugatti, Lamborghini Концерн стал участником рынка люксовых автомобилей, а вхождение в состав Группы марок MAN и Scania расширило продуктовую линейку и сделало Volkswagen Group участником, в том числе и рынка грузовых автомобилей и коммерческого транспорта.

Также Концерну присуща корпоративная стратегия, которая заключается в *лидерстве по издержкам*. Под этим понимается минимизация издержек во всевозможных сферах деятельности предприятия, которые не сказываются на качестве производимого товара и не нарушают права сотрудников компании. Volkswagen планирует поставки таким образом, чтобы они обслуживали сразу несколько сегментов отрасли. Это один из шагов к лидерству при следовании стратегии лидерства по снижению издержек. Для поддержания устойчивой позиции при этом компания должна производить не менее 2 млн. автомобилей в год на одной платформе. Это также во многом объясняет выгоду того, почему образуются автомобильные концерны, активные процессы слияний и поглощений в этой отрасли.

Volkswagen использует одинаковые платформы для производства автомобилей под марками Audi, Seat и Skoda. Данная стратегия позволила сильно сократить

¹ Volkswagen AG Factbook 2014

издержки. В настоящее время Концерн использует всего 4 платформы, в то время как в конце XX века их было 16. При этом важно отметить, что производство имеет лишь растущую тенденцию в период с 2008 по 2013 год. По итогам 2014 года продажи автомобилей компании составили 8,1 млн. автомобилей по всему миру, что на 5% превышает показатели 2013 года.

По итогам первого полугодия 2015 года продажи Volkswagen были наибольшими по миру в сравнениями с другими автопроизводителями. В виду финансового кризиса начала года продажи упали лишь на 0,5%, но это не помешало сохранить лидирующие позиции на рынке. Данную тенденцию удалось сохранить в основном благодаря восстановлению европейского рынка. Особой популярностью пользовались модели Volkswagen Passat и кроссовер Porsche Macan. [9]. Не смотря на то, что Россия является небольшим рынком для немецкого автопроизводителя, показатели 2015 года за прошедший период снизились. В первом полугодии основными проблемами для компании были продолжающаяся политическая неопределенность, сильные валютные колебания и тяжелые условия на рынках России и Бразилии, что не вселяло уверенности на счет того, что 2015 год в целом будет успешным. До первой половины 2015 года спад продаж компании наблюдался только в 2008 году [9].

Кризис 2008 года нанес сильнейший удар по автомобильной промышленности Германии, основным игроком которой является Volkswagen. Объемы заказов снизились, под ударом оказались сотни рабочих мест. Власти Германии пошли на разработку мер по выводу отрасли из кризиса. Была введена экологическая премия, «утильный бонус» для покупателей нового автомобиля: при условии сдачи старого автомобиля на утилизацию, государство компенсировало покупателю 2,5 тыс. евро. На программу было выделено 5 млрд евро. Таким образом, власти Германии пытались стимулировать производство автомобилей и спрос на них и вывести автопромышленность из кризиса. Также значимую роль в выводе отрасли из кризиса сыграло возобновление производства электромобилей, стимулируемое государством. Географическое положение и институциональные особенности Германии позволяют пользоваться электромобилями. После запуска программы поддержки, к 2015 году число пользователей электромобилями в Германии стремится к 1 млн. Одной из мер являлись субсидии покупателям электромобилей от 5 тыс. до 7 тыс. евро, автовладельцы освобождались от уплаты транспортного налога. Средства госбюджета шли также на разработки и исследования в области производства электромобилей и снижению заболеваемости в стране за счет улучшения экологической ситуации.

Намеченный путь к достижению высоких показателей продаж к концу 2015 года был подорван слишком кардинальным подходом к стратегии «лидерство по издержкам». Компания изменила технологию производства двигателей в части объемов выбросов в атмосферу. Ввиду

жесткого контроля норм выбросов, Volkswagen счел более выгодным снабдить дизельные двигатели определенных моделей программным обеспечением, позволяющим обходить жесткие экологические нормы в США. Данное действие получило широкий резонанс, в частности, привело к отставке главы компании Мартина Винтеркорна, было отозвано 500 тысяч автомобилей марок Volkswagen и Audi, проданных в стране в 2009–2015 гг. компании грозит штраф размером 18 млрд. евро. Более того, 7,5 млрд. евро были выделены компанией целенаправленно на расходы, связанные со скандалом [10], [11].

Также требования по отзыву автомобилей были предъявлены Германии, что составляет по предварительным оценкам 2,4 млн. автомобилей, поскольку компания призналась, что аналогичные «манипуляции» проводились и в Европе. Всего «некачественных» автомобилей было продано 11 млн., без точного понимания, в каких странах они сейчас находятся. Доля Volkswagen AG на европейском автомобильном рынке снизилась в сентябре 2015 г. на 3,5% по сравнению с августом 2015 г. Акции компании обваливались на 38% в разгар скандала, кроме того компании вероятно придется вернуть 51 млн евро налоговых льгот [11].

Говоря об экономике Германии, крах ведущего национального производителя влечет за собой огромный урон для экономики страны. Вероятность наступления такого события как крушение компании аналитики оценивают как малую. В Европе все элементы тесно связаны друг с другом, и «выход из игры» крупной компании непременно скажется на бюджете.

Большие потери будут связаны с репутацией компанией, при том что Германия всегда ассоциировалась с качественными автомобилями, говорить можно и о потере репутации страны. Однако такие последствия значимы только в краткосрочном периоде, так как скандальные истории свойственны забываться, и большинство автомобилей в количественном измерении все же проходят экологический тест и удовлетворяют ожидания потребителей по всем критериям. В Китае Volkswagen остается крупнейшим продавцом автомобилей, рынок там останется сильным, так как дизельные автомобили не пользовались популярностью в этой стране, а потери автоконцерна составят менее заявленным 18 млрд евро [10].

В целом, данную стратегию нельзя безоговорочно отнести к стратегии по издержкам. Так как она нарушает мировые стандарты, имеет отрицательные последствия для сотрудников компании, и просто является не честной. Последние годы автопроизводители занимались одной важной проблемой — созданием автомобилей, которые бы удовлетворяли жестким экологическим стандартам, но в то же время оставались экономичными, мощными и не выходили за рамки допустимых ценовых издержек. При этом Volkswagen, вместо того, чтобы создавать новые технологии, занимались «обманом» системы контроля норм выбросов в атмосферу, что усугубило положение дел в период нестабильности экономики

и лишь прибавило сложностей и отдалило концерн от намеченной цели динамичного роста показателей деятельности компании. Это привело также, кроме озвученных последствий, к тому, что много денежных средств будет направлено на устранение последствий «нечестной» конкуренции, а не на разработку новых технологий. Руководствуясь опытом мер, введенных в кризис 2008 года, го-

сударству в этот раз понадобятся гораздо более жесткие и дорогостоящие меры, превышающие затраты 2008 г., а также потребуются пересмотр стратегии по увеличению экологически чистого транспорта в стране, так как не все производители уважают национальные интересы государства и способны идти на радикальные меры в погоне за прибылью и первенством на мировом рынке.

Литература:

1. Шароватов, Д.И., к. э. н. автореферат диссертации на тему «Конкурентные преимущества зарубежных автопроизводителей и их использование при формировании стратегии развития легкового автомобилестроения России», Москва, РУДН, 2007 г.
2. Volkswagen AG Annual Report 2008–2013 published by VOLKSWAGEN AG Finanz-Analytik and Publizitat Режим доступа www.volkswagenag.com
3. Volkswagen AG Chronicle 1904–2014 www.volkswagenag.com
4. Volkswagen AG Annual Report 1999–2014 published by VOLKSWAGEN AG Finanz-Analytik and Publizitat. Режим доступа www.volkswagenag.com
5. Продажи автомобилей в Европе // Vesti Finance. Режим доступа <http://www.vestifinance.ru/articles/35661>
6. Упадок продаж автомобилей в Европе. Режим доступа <http://ghhauto.ru/novosti/541-upadok-prodazh-avtomobilej-v-evrope.html>
7. Официальный сайт Группы Volkswagen www.volkswagenag.com
8. Журнал «Современная конкуренция» электронный каталог <http://www.moderncompetition.ru/>
9. Мировые продажи Volkswagen выросли // Vedomosti.ru 12.01.2015
10. В. Елистратов «К чему может привести скандал с занижением данных о выбросе вредных веществ у миллионов автомобилей концерна // tjournal.ru 23.09.2015
11. Volkswagen манипулировал выбросами в Европе // BBC.com 24.09.2015.

Управление человеческими ресурсами

Маслов Константин Юрьевич, студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Управление человеческими ресурсами является функцией организации, призванной увеличить производительность сотрудников для достижения стратегических целей работодателя. Управление человеческими ресурсами в первую очередь касается управления людьми в организациях, фокусируясь на политике и системах взаимоотношений. Департаменты и подразделения в организациях, отвечающие за персонал, как правило, проводят ряд мероприятий, в том числе выплаты сотрудникам заработной платы, набор сотрудников, обучения и развитие, аттестация и награждения.

Управление человеческими ресурсами также включает в себя производственные отношения, то есть, балансировку между организационной практикой и требованиями, вытекающих из коллективных переговоров и от правил трудовых законов.

Управление человеческими ресурсами является продуктом движения человеческих отношений в начале 20-го века. Это явление связано с тем, что исследователи начали документировать способы оценки стоимости бизнеса

через стратегическое управление рабочей силой. Функция первоначального преобладания транзакций работы, таких как начисление заработной платы и льгот администрации, но из-за глобализации, консолидации компании, технологических достижений и дальнейших исследований, управление человеческими ресурсами в 2015 фокусируется на стратегических инициативах, таких как слияния и поглощения, управление талантами, планирования преемственности, промышленные и трудовые отношения, и разнообразие.

В новых компаниях, подготовленные специалисты могут выполнять функции по управлению человеческими ресурсами. В крупных компаниях, существует функциональная группа, посвященная дисциплине работы с сотрудниками. Данная группа специализируется в различных задачах связанных с управлением человеческими ресурсами. Специалисты по управлению человеческими ресурсами и функциональное руководство, принимают участие в постановке стратегических целей бизнеса. Для подготовки практикующих по профессии: компании создают

учреждения высшего образования, профессиональные ассоциации, и программы обучения, посвященные функциональным обязанностям. Академические и практические организации также стремятся заниматься и далее в сфере управления человеческими ресурсами, о чем свидетельствует несколько конкретных научных публикаций. В направлении по управлению человеческими ресурсами также проводится множество исследований, которые популярны в области управления промышленной/организационной психологией, публикуется большое количество научных статей, появляющихся в ряде популярных научных журналов.

В нынешней глобальной рабочей среде, большинство компаний сосредоточены на снижении текучести кадров и на сохранение талантов и знаний, которыми обладает их рабочая сила. Процесс найма новых рабочих не только влечет за собой высокие издержки, но также увеличивает риск отсутствия достаточных компетенций у новых рабочих, и их неспособность в полной мере заменить своих предшественников. Департамент управления человеческими ресурсами стремимся предложить преимущества, которые благоприятно повлияют на сотрудника, тем самым уменьшая риск потери корпоративных знаний.

История.

Предшествующие теоретические разработки.

Управление человеческими ресурсами стало конкретной областью в начале 20-го века, под влиянием Frederick Taylor (1856–1915). Taylor исследовал то, что он назвал «научное управление», его теорию позже стали называть «тейлоризм», стремясь повысить экономическую эффективность производственных рабочих мест.

Рождение и эволюция дисциплины.

К тому времени, было достаточно сделать экономическое обоснование к теоретическим разработкам для стратегического управления персоналом, изменения в бизнес-ландшафте (а-ля Andrew Carnegie, John Rockefeller) и в государственной политике (а-ля Sidney and Beatrice Webb, Franklin D. Roosevelt and the New Deal) превратили отношения работодатель-работник, и дисциплина была оформлена как «промышленные и трудовые отношения». В 1913 году, один из самых старых и известных профессиональных ассоциаций-кадровой являлся Чартерный «Институт персонала и развития». Он был основан в Англии Ассоциацией «социальных работников», затем изменил свое название спустя десятилетие в «Институт промышленного благосостояния работников», и на следующие десять лет в «Институт управления труда», прежде чем остановиться на его нынешнее название. Так же, в соединенных штатах, первое в мире высшее учебное заведение, управлению человеческими ресурсами: «исследовательская школа промышленных и трудовых отношений», была сформирована в Корнельском университете в 1945 году. В 1948 году, университет стал крупнейшим профессиональным объединением по управлению людскими ресурсами, он был основан как американское общество администрирования персонала.

В Советском Союзе, тем временем, отбор персонала осуществляется через «отдел кадров» эквивалент в большевистской партии — Оргбюро, данные структуры продемонстрировали эффективность и влияние политики и практики использования человеческих ресурсов, и сам Сталин признал важность человеческого ресурса.

Во второй половине 20-го века, членство в профсоюзе значительно снизились, в то время управление персоналом продолжает расширять свое влияние в пределах организации. Фраза «промышленные и трудовые отношения» вошло в употребление для обозначения специальных вопросов, относительно коллективного представительства, и многие компании начали всерьез внедрять методы управления человеческими ресурсами. Многие современные практики управления человеческими ресурсами можно проследить в потребности компаний в 1950-е годы, существующих для развития и сохранения талантов предприятия.

В конце 20-го века, достижения в области транспорта и коммуникаций значительно облегчает мобильность рабочей силы и сотрудничества. Корпорации стали просматривать сотрудников в качестве активов, а не как винтики в машине. «Управление человеческими ресурсами», следовательно, стал доминирующим термином для американского общества администрирования персонала, общество даже меняет свое название на «Общество по управлению людскими ресурсами» в 1998 году. «Управление человеческим капиталом» иногда используется как синоним «Управление человеческими ресурсами», хотя человеческий капитал, как правило, относится к более узкой точки зрения человеческих ресурсов; т.е. знание и возможности лица для внесения своего вклада в организацию. Точно так же и другие термины иногда используются для описания области: «организационное управление», «управление рабочей силой», «управление талантами», «управление персоналом», или просто «управление людьми».

Функции для бизнеса.

Дэйв Ульрих перечислил функции управления человеческими ресурсами как: выравнивание человеческих ресурсов и бизнес-стратегии, процессов реинжиниринга организации, слушая и отвечая на вопросы сотрудников, управляя трансформацией и изменениями.

В макро-уровне, управление человеческими ресурсами отвечает за контроль, организационное руководство и культуру. Управление человеческими ресурсами также обеспечивает соблюдение занятости и трудового законодательства, которые отличаются по географии, и часто курирует здравоохранение и безопасность. В условиях, когда сотрудники желают и юридически уполномоченных проводить коллективный договор, как правило, управление человеческими ресурсами будет также служить в качестве основного связующего звена компании с представителями работника (как правило, трудовой союз). Следовательно, управление персоналом, как правило, через представителей, участвует в столкновениях с государственными ор-

ганами (например, в соединенных штатах, министерство труда США и национального совета по трудовым отношениям) в целях дальнейшего формирования своих приоритетов.

Управление человеческими ресурсами необходимо рассмотреть более конкретно, они имеют четыре основные функции: кадры, обучение и развитие, мотивацию и техническое обслуживание. Кадры — это набор и отбор потенциальных работников, осуществляемые через интервью, приложения, сети и т.д., подготовка и развитие является следующим шагом в непрерывном процессе обучения и развития компетентных и адаптированных сотрудников. Мотивация является ключом к поддержанию сотрудников весьма продуктивным. Эта функция может включать в себя льготы для сотрудников, оценки результатов и вознаграждения. Последняя функция поддержания включает поддержание приверженности сотрудников и лояльности по отношению к организации.

Дисциплина может также участвовать в управлении мобильностью. Управление человеческими ресурсами, как правило, рассматривается в качестве поддержки для функций для бизнеса, помогая свести к минимуму затраты и уменьшить риски.

Карьера в управлении персоналом.

Существует полмиллиона практик по управлению человеческими ресурсами в соединенных штатах и еще миллионы по всему миру. Главный директор по человеческим ресурсам или директор по персоналу является самым высокопоставленным директором исполнительной власти в большинстве компаний и, как правило, подчиняется непосредственно главному исполнительному директору и работает с советом директоров напрямую.

В компании, позиции человеческих ресурсов обычно попадают в одну из двух категорий: сотрудник широкого профиля и специалисты. Работники широкого профиля по работе с персоналом, осуществляют поддержку сотрудников непосредственно с их вопросами, жалобами, и ра-

ботаю по ряду проектов в рамках организации. Они могут обрабатывать все аспекты работы человеческих ресурсов, и, таким образом, таким кадрам требуется широкий спектр знаний. Обязанности специалиста широкого профиля, по работе человеческими ресурсами универсальны, и могут широко варьироваться, в зависимости от потребностей работодателя. Специалисты, наоборот, работают в конкретной функции управления человеческими ресурсами. Некоторые практикующие сразу строят всю свою карьеру в качестве либо широкого профиля или специалиста, а другие будут получать опыт в работе и выберут свой путь позже. Вакансия менеджера по персоналу занимает место как одна из лучших должностей в организации, номер 4 рейтинге по CNN Money в 2006 году и номер 20 в том же рейтинге в 2009 году, из-за оплаты, личного удовлетворения, безопасности рабочих мест, роста в будущем, и пользы для общества.

Консалтинг в области человеческих ресурсов является отличной карьерой, где люди могут работать в качестве консультантов для компаний и выполнения задач аутсорсинга для компаний. В 2007 году было 950 консалтинговых агентств по управлению человеческими ресурсами, данный рынок составлял оборот в 18,4 миллиарда долларов США. В первую пятерку по доходности вошли такие фирмы как: Mercer, Ernst & Young, Deloitte, Watson Wyatt (теперь часть Towers Watson), АОН (в настоящее время объединены с Hewitt), и PwC consulting консалтинг. В 2010 году, кадровый консалтинг оценивался под номером 43 лучших Должностей в Америке под данным CNN Money.

Некоторые люди получили степени докторов наук в области человеческих ресурсов и смежных областях, таких, как психология труда и управления, становятся профессорами, которые преподают принципы управления персоналом в колледжах и университетах. Они наиболее часто встречаются в колледжах бизнеса в отделах кадров или управления.

Литература:

1. Бакирова, Гузэль Хафазовна. Управление человеческими ресурсами: учебное пособие/Г.Х. Бакирова — СПб.: Речь, 2003.
2. Старобинский, Эдгар Евгеньевич. Как управлять персоналом: Учебно-практическое пособие/Э.Е. Старобинский. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва: Интел-Синтез, 1999. — 384 с. — Библиотека журнала «Управление персоналом».
3. Управление персоналом: учебное пособие/под ред. Г.И. Михайлиной. — 3-е изд., доп. и перераб. — Москва: Дашков и К, 2009. — 281 с. — Библиогр.
4. Пугачев, Василий Павлович. Руководство персоналом организации: учебник/В.П. Пугачев. — Москва: Аспект Пресс, 1998. — 279 с. — Управление персоналом.
5. Егоршин, Александр Петрович. Управление персоналом история становления: учебное пособие/А.П. Егоршин. — 2-е изд. — Нижний Новгород: НИМБ, 1999.
6. Управление персоналом: энциклопедия/под ред. А.Я. Кибанова. — Москва: Инфра-М, 2010.

Проблемы и перспективы моногородов Российской Федерации: преимущества, слабости и стратегии развития

Милославский Владимир Германович, председатель правления
СРОО по поддержке гражданских инициатив «Общественный институт развития» (г. Энгельс, Саратовская обл.)

Милославская Екатерина Сергеевна, студент

Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Поволжский институт управления
имени П. А. Столыпина (филиал)

Герасимов Владимир Сергеевич, квалифицированный специалист, сотрудник ООО «Реванш» (г. Саратов)

Ларгин Ярослав Владимирович, квалифицированный специалист, директор

Управляющая компания «Суприм-64» (г. Саратов)

Общественным Институтом Развития (ОИР) проведена работа по анализу, обобщению основных базовых преимуществ и слабостей моногородов. Стратегия развития должна опираться на базовые преимущества российских моногородов и на преодоление слабостей, сдерживающих их развитие. В перечне моногородов 342 названия, где проживает 16 миллионов человек, то есть более 10% населения России, или более 20% трудоспособного населения России. Следует отметить, что российские моногорода оказались в сложном положении совсем не по вине кризиса 2008–2010 года. По кризису, наступившему в 2014 году, выводы делать рано, однако скорей всего проблемы будут более глубокими, чем в прошлый кризисный период. Потенциал моногородов и ресурсная база, унаследованная в период промышленного роста устаревает, люди покидают такие города из-за отсутствия перспектив, и отсутствия возможности их создания.

По мнению ряда экономистов, город можно называть монопрофильным, если [6]:

1. В нём существует одно или несколько однотипных предприятий, относящихся к одной отрасли или обслуживающих один узкий сегмент отраслевого рынка, притом, что остальные предприятия города обслуживают только внутренние нужды города или проживающих в нём людей;

2. В моногороде существует цепочка технологически связанных предприятий, работающих на один конечный рынок, кроме предприятий, обслуживающих внутренние нужды города;

3. Для него характерна значительная зависимость доходной части бюджета города от деятельности одного (или нескольких) крупных предприятий;

4. Для него характерна низкая диверсификация сфер занятости населения города (однородный профессиональный состав);

5. Он удалён на значительное расстояние от крупных населённых пунктов (что снижает мобильность жителей) при наличии в нём первых двух признаков или отсутствии развитой инфраструктуры (автомобильных и железных дорог, телефонной сети и т.д.), обеспечивающей связь города с внешним миром.

Кризис 2008–2010 стал лишь катализатором копившихся в течение десятилетий финансовых, правовых и со-

циальных проблем. В условиях финансово-экономического кризиса обострились следующие проблемы моногородов:

1. Удалённость от основных экономических центров и неразвитость транспортной инфраструктуры;

2. Высокая зависимость муниципальных бюджетов от налоговых платежей градообразующих предприятий;

3. Задолженность по заработной плате;

4. Снижение (в предкризисный период) объёмов ввода жилья;

5. Чрезмерная экологическая нагрузка на территории, где расположены градообразующие предприятия;

6. Устаревшие технологии, износ основных фондов градообразующих предприятий.

Основные перспективные принципы модернизации моногородов:

1. Формирование экономической, нормативной и правовой основы для успешной реализации комплексных мер по модернизации моногородов.

2. Развитие конкуренции, как главного стимула и необходимого условия для инновационного развития, привлечения инвестиций и повышения производительности труда.

3. Предоставление равных возможностей для модернизации частных, государственных и акционерных российских предприятий независимо от состава собственников и доли государства в собственности предприятия.

4. Вовлечение местного самоуправления в формирование и реализацию программ модернизации с участием гражданского общества с целью учета всех групп интересов.

5. Создание условий для привлечения и развития человеческих ресурсов.

6. Учет социальных требований в планах модернизации, как стимула развития и внедрения инновационных технологий

7. Развитие кооперации всех видов: внутриотраслевой, межотраслевой и международной, обеспечивающей повышение производительности труда и конкурентоспособности продукции.

Стратегия развития должна опираться на базовые преимущества российских моногородов и на преодоление слабостей, сдерживающих их потенциал развития.

**Анализ предпосылок модернизации моногородов Российской Федерации:
слабости и преимущества**

| Базовые преимущества | Базовые слабости |
|--|---|
| высокий уровень общего образования населения; | низкая активность и мобильность населения; |
| наличие научных и инженерных школ по ряду перспективных направлений промышленности; | неразвитая инфраструктура городов; |
| выгодное географическое расположение значительной части моногородов; | высокие административные барьеры; |
| достаточно большой внутренний рынок, способный быть опорным для начала модернизации моногородов. | отсутствие или значительное отставание от требований времени технической и экономической нормативной документации |
| | низкий профессиональный уровень управления предприятиями; низкая производственная культура; |
| | технологическое отставание российских предприятий от лидеров мирового рынка; |
| | низкий уровень кооперации между предприятиями отрасли и международной кооперации; негативный имидж моногородов. |

Целевые показатели и стратегии для развития моногородов

| Меры и целевые показатели | Стратегия модернизации моногородов |
|---|---|
| Необходимости увеличения количества рабочих мест и числа занятых в моногородах за счет повышения престижности и привлекательности модернизируемых (вновь создаваемых) предприятий для молодых и квалифицированных специалистов. | Обеспечение молодых специалистов необходимыми финансовыми средствами (подъемными), развитие инфраструктуры, диверсификация производств (малый и средний бизнес) с учетом налоговых каникул, для инвестиционной привлекательности территорий |
| Необходимости увеличения производительности труда и производства | Смена оборудования, переквалификация персонала, повышение эффективности производств, безотходные производства (циркулирующий цикл производств замкнутого типа), организация стажировок от технических ВУЗов в моногородах на определенный период (квотирования мест получения к примеру стажа год за два, или отсрочки от армии для специалистов по данной программе не достигших 30 лет, с интеграцией ФЦП и информированием населения моногородов |
| Размещение новых предприятий одновременно с ликвидацией неконкурентоспособных предприятий, не связанных с обороной | Диверсификация производств, смещение монопрофиля города в полипрофиль городского производства [14], формирования новых малых производящих предприятий, с обязательным условием не связанности с производственным профилем города, субсидирование вновь открытых малых предприятий, обучение персонала и переквалификация персонала, вывод продукции за пределы региона в рамках импортозамещения |
| Необходимость роста денежных доходов и качества жизни населения. | Внедрения инновационных технологических приоритетов и стандартов для моногородов |
| Развития инфраструктуры, необходимой для модернизации моногородов и их привлекательности. | |

Группа мероприятий, мониторинг и изменения для развития и диверсификации моногородов на технологическом (предприятия), общественном (Общественные организации, ГЧП) и государственном и муниципальном уровне

| Технологический и инфраструктурный уровень | Общественный и социальный уровень, ГЧП | Государственный и муниципальный уровень |
|--|--|---|
| Внедрение эффективных инструментов привлечения инвестиций для развития и модернизации моногородов, внедрение целевых КРП | Увеличение доли импортозамещающей продукции и российской продукции на внутреннем рынке при поддержке высокого уровня конкуренции | Определение (создание) государственной структуры или межведомственной рабочей группы, ответственной за подготовку и реализацию всего комплекса мер в рамках программы |
| Преодоление последствий кризисных явлений характерных для моногорода (анализ и мониторинг ситуации, анализ и мониторинг в процессе изменений) | Расширение перечня высокоэффективных инвестиционных проектов (социальное предпринимательство, предпринимательство, социальное проектирование для повышения качества жизни) | Мониторинг деятельности государственной структуры или межведомственной рабочей группы, ответственной за реализацию всего комплекса мер, предусмотренного программой |
| Развитие инфраструктуры моногорода, для дальнейшей диверсификации, и инвестиционной привлекательности | Развитие государственных и общественных институтов | Расширение полномочий и ответственности местного управления за подготовку программ модернизации моногородов. Персонализирование ответственности |
| Заимствование передовых зарубежных производственных и автоматизированных технологий. Через автоматизацию — сокращение работающего населения по профилю города, переквалификация и переориентация высвободившихся людей в другие области бизнеса и производства не связанные с профилем города. | Формирование местного гражданского общества и его участие в подготовке программ модернизации моногородов. Развитие гражданского общества посредством обучения в Ресурсных центрах и Бизнес инкубаторах, привлечение лизинговых компаний и венчурных фондов | Создание дорожных карт по переходу от монопрофиля города к полупрофилю, создание специальных условий для возможности такого перехода, возможность получения преференций для инвесторов в моногородах [15]. |
| Первичное развитие преимуществ в тех областях, где российские компании обладают конкурентоспособными технологиями на международной арене, расширение технологических цепочек для обеспечения новых производств и новой продукции. | | Создание информационной системы по инвестиционной деятельности (Инвест карты моногородов), необходимой для разработки инвестиционных проектов и получения спец кредитов, в партнерстве с банковским сектором для роста реального сектора экономики [16] |
| Внедрение российских инноваций Обеспечение на базе моногородов обкатки российских инноваций в рамках пилотных проектов по изменению социальной и предпринимательской среды | Обеспечение на базе моногородов обкатки российских инноваций в рамках пилотных проектов по изменению социальной и предпринимательской среды | Контроль за соблюдением внедрения и показателей, оказание информационной, структурной, финансовой поддержки на начальных этапах, привлечение пула инвесторов |
| Информационное стимулирование в области привлекательности участия инвесторов [17]. | Информационное стимулирование в области развития гражданского общества и его социальной активности. | Содействие информационного развития для предприятий, новых предприятий и активного гражданского населения. |
| Проведение форумов, конференций, презентаций и т. д., продвигающих программы модернизации моногородов (профиль: технологии, инноваций, инвестиций) | Проведение форумов, конференций, презентаций, продвигающих программы модернизации моногородов и внедрение передовых общественных технологий (профиль: ГЧП, соц. бизнес, НКО, гражданский сектор, инвестиция в человеческий капитал) | Проведение форумов, конференций, презентаций и т. д., продвигающих программы модернизации моногородов и внедрение (профиль: современные технологии ГМУ, менеджмента, и эффективной траты и управления ресурсами территорий) |

| | | |
|--|---|---|
| организация обмена опытом между профильными предприятиями из разных городов | Для НКО и ресурсных центров: развитие системы подготовки квалифицированных кадров для создания потенциала и его реализацию в области соц. бизнеса и сферы социальной активности | Для органов МСУ: развитие системы подготовки квалифицированных кадров и кадрового резерва для дальнейшей модернизации при смене управленческого поколения |
| | Участие местного сообщества в мониторинге и контроле за оказанием качественных гос. услуг, формирования негосударственного сектора оказания социальных услуг | Организация постоянного мониторинга деятельности государственных служб, оказывающих поддержку моногородам. |
| Получение в рамках статистики необходимых данных, для модернизации и определения целевых показателей развития. | Мониторинг ведения статистики, её оценка, приглашение внешних экспертов и аудиторов | Развитие эффективной системы региональной и муниципальной статистики |

Обоснование необходимости изменений:

Факторы жизнеспособности — степень развития и разнообразия экономики моногородов, устойчивости при внутренних и внешних влияний — проявляется в таких показателях, как доля производства градообразующего комплекса во всем производстве города, доля занятых на предприятиях градообразующего комплекса среди всех занятых в экономике города, доля доходов от предприятий градообразующего комплекса в доходной части городского бюджета. Вклад в ВВП страны оценивается на уровне 20–40%. От того, насколько успешно они функционируют, зависит эффективность всей российской экономики и её дальнейшая диверсификация. Роль градообразующих предприятий в ряде видов российской промышленности особенно велика: такие предприятия обеспечивают в натуральном выражении 64% добычи нефти, 83% добычи газа, 53% добычи угля, более 50% продукции черной металлургии, в том числе 66% производства стали и кокса, 65% — чугуна, продукции цветной металлургии, в том числе 90% никеля и 100% глинозема, 71% производства легковых автомобилей, 84% производства калийных удобрений и т.д. В моногородах проживает 16 миллионов человек, то есть более 10% населения России, или более 20% трудоспособного населения России.

Фактор диверсификации: на развитие экономики, прежде всего влияет сырьевая направленность экономики моногородов, вследствие этого — опасность нестабильности экономики моногородов с влияние на экономику РФ в целом, в случаи коренных и динамических изменений (экономические кризисы, ускоренная мировая модернизация производств, что в следствии может поставить под угрозу предприятия моногородов в этой области (к примеру топливно-энергетический комплекс, если произойдет быстрый переход на другие виды энергоносителей), постепенное истощение ресурсной базы производств (карьеры, шахты, места добычи), введение более жестких санкции вследствие геополитической обстановки на экспорт тех или иных ресурсов, устаревание технологической базы и невозможность её быстрой замены российскими

технологиями, и невозможность импорта из-за ограничений по геополитическим причинам [18].

Фактор рынка труда и политической стабильности. Ситуация на рынке труда моногородов оказывает влияние на социально-политическую устойчивость страны. Вследствие узости рынка труда, кризисы градообразующих предприятий вызывают масштабную и долговременную локальную безработицу. Безработица в моногородах имеет негативные последствия не только для данных населенных пунктов (снижение налогооблагаемой базы, дотационность бюджетов, рост преступности, социальной пассивности части населения и др.), но и несет угрозу социальной и политической стабильности в масштабе всей страны. В этой связи возникает необходимость комплексной программы для безболезненного сокращения кадров из областей производств монопрофиля города, которые можно автоматизировать, а переквалификацию кадров сосредоточить на новых производствах или обучение ведения малого бизнеса, в областях продукции, которые в городе или соседних регионах еще отсутствуют. При этом органы МСУ должны обеспечить каналы сбыта на рынки соседних регионов для получения доходов и увеличения поступления налогов для дальнейшей модернизации моногорода и создания новых рабочих мест на инновационных производствах. Такой опыт уже есть и реализован в пилотных проектах.

В кризисные периоды моногорода становятся потенциально крайне опасными очагами социального взрыва, проявляющегося в открытых акциях протеста, недовольстве существующей местной и федеральной властью, падением доверия населения социальным и политическим институтам страны. Эти настроения могут быть подхвачены, подогреты и использованы радикальными политическими силами для обострения социальных конфликтов как внешними, так и внутренними условиями (внутренняя политика, и внешняя политика).

Фактор новых технологий. Научно-производственные комплексы выпускают продукцию, конкурентоспособную на мировых рынках. Не случайно наиболее высокие по-

зиции России на мировом рынке наукоемкой продукции наблюдаются в сферах специализации наукограда — авиаракетостроении, биотехнологиях, химии, энергетике, ядерном комплексе, вооружении. Доля наукоемкой продукции в общем объеме производимой продукции в наукоградах, как правило, составляет более 50 %, в то время как удельный вес инновационных товаров и услуг в среднем по России — менее 10 %. В России насчитывается 75 территорий с высокой концентрацией интеллектуального и научно-технического потенциала, из них 13 поселений являются ЗАТО, а официальный статус наукограда имеют 12 населенных пунктов. Особый статус наукограда позволяет успешно развивать научно-технический потенциал территории благодаря поддержке федерального Центра. Проблемой развития наукоемких технологий является не возможность поставить технологии, изобретения на рыночные механизмы и поточное производство, их эффективный сбыт, поэтому многие технологии хоть и являются перспективными и потенциально востребованными не только в России, но и мире, но остаются прототипами в единичных экземплярах без дальнейшего использования.

Фактор миграционных процессов. Отток населения из моногородов связан не только с притягательными чертами принимающих территорий, но и с наличием выталкивающих факторов, основным из которых, судя по ответам экспертов, является кризис производства градообразующего предприятия. Кризис производства на российских градообразующих предприятиях обусловлен целым комплексом причин: низкой конкурентоспособностью продукции, износом оборудования, высокими издержками производства и другими. Результатом же оттока трудоспособного населения и «утечки умов» является наиболее острая современная проблема моногородов — нехватка квалифицированных специалистов, тормозящая выход экономики моногородов из кризисного состояния.

Фактор узкой специализации — представляет собой ключевую проблему в развитии данных населенных пунктов. Узкая специализация делает развитие города зависимым от внешней среды и неустойчивым к неблагоприятным внешним воздействиям. Изменение внешней конъюнктуры, падение цен и спроса на продукцию градообразующих предприятий вызывает затяжное тяжелейшее кризисное состояние экономики моногородов, что наблюдалось и в 90-е гг. XX в., и в период экономического кризиса 2008—2010 гг.

Фактор влияния международных процессов. Моногорода сильнее пострадали от кризиса мировой экономической системы, чем другие территории России. Можно сказать, что уязвимость монопрофильной экономики к воздействию кризиса — одна из ее основных черт. Сделать развитие моногородов более устойчивым может диверсификация — развитие иных отраслей, помимо градообразующей, и снижение зависимости города от работы градообразующих предприятий. Но она требует инвестиций, а в условиях деинвестирующей монетаристской

политики в России круг на этом замыкается. В связи с узостью рынка труда в моногородах на современном этапе остро стоит проблема безработицы, принимающая затяжной характер. Наиболее распространенная антикризисная мера градообразующих предприятий — массовые сокращения персонала. В результате уровень реальной безработицы в отдельных моногородах достигает до 30 %, в то время как средний уровень безработицы в России не превышает 7,0—7,5 %.

Фактор особого статуса в законодательстве и экономике. В настоящее время характеризуется целым рядом проблем. Во-первых, само понятие «моногорода» или «монопрофильное муниципальное образование» законодательно не определено. Тем не менее, оно употребляется в региональном законодательстве, а также в некоторых постановлениях Правительства РФ и других нормативно-правовых актах. Каждый субъект РФ определяет критерии монопрофильности самостоятельно, и они заметно различаются [19].

Монопрофильность, как правило, определяется через понятие градообразующего предприятия, которое зафиксировано в федеральном законодательстве лишь для случаев банкротства и продажи. *Во-вторых, налицо несовершенство системы межбюджетных отношений. При существующем распределении налогов по бюджетам разных уровней у города остается лишь 20 копеек из 1 рубля налогов, собираемых с территории города. Результатом является незаинтересованность городских властей в экономическом развитии города. Для преодоления этой ситуации и стимулирования экономического развития некоторых особо значимых территорий, таких как наукограды и ЗАТО, в местные бюджеты должна поступать большая часть налогов и сборов, собранных на данных территориях.* Согласно существующему законодательству, трансферты, выделяемые из федерального бюджета для бюджетов ЗАТО, сначала поступают в бюджеты субъектов РФ. *Это является дополнительным искусственно созданным препятствием для получения этих средств закрытыми городами, т.к. увеличивает время поступления и бюрократические проволочки, возможность появления коррупционных схем.* Также этому не способствуют и увеличение процедур согласования решений [20]. В целом, повышение роли субъектов в формировании бюджетов ЗАТО и наукоградов не способствует стимулированию их социально-экономического, инновационного развития и безопасному режиму функционирования.

Таким образом, факторы жизнеспособности страны, специфические для моногородов, характеризуются комплексом взаимосвязанных социально-экономических проблем, для решения которых необходимы меры по стимулированию занятости, обеспечения доступа к образованию, диверсификации городской экономики, привлечению инвестиций, увеличению объемов государственной поддержки, совершенствованию межбюджетных отношений

и взаимодействия городских властей и руководства градообразующих предприятий, а также некоторые другие меры.

Недавно был принят закон «О территориях опережающего социально-экономического развития в Российской Федерации» который снимает с повестки некоторые про-

блемы которые мы обнаружили в ходе исследования, однако о результатах можно будет судить по пришествию времени и эффективности достижений. Стратегии решения проблем моногородов намечены, но для эффекта потребуется время [21].

Литература:

1. Федеральный закон «О несостоятельности (банкротстве)» от 26 октября 2002 года № 127-ФЗ. // СЗ РФ. 2003. N 40.
2. Федеральный закон от 6 октября 2003 г. N 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации», 131-ФЗ от 06/10/2003. // СЗ РФ. 2003. N 40.
3. Федеральный закон от 29.12.2014 г. № 473-ФЗ О территориях опережающего социально-экономического развития в Российской Федерации
4. Послание Федеральному Собранию РФ Президент Российской Федерации Д.А. Медведев 30 ноября 2010 г. <http://www.kremlin.ru/news/9637>
5. Регионы России. Основные социально-экономические показатели городов. 2007: Стат. сб./Росстат. — М., 2007;
6. Пыткин, А. Н., Загоруйко И. Ю. Постановка проблемы моногородов: поиск решений научным сообществом // Российское предпринимательство. 2010. № 4, вып. 2.
7. Сайт Правительства Российской Федерации <http://government.ru/>
8. Сайт ВЭБ (Внешэкономбанка России) <http://www.veb.ru>
9. Сайт РИА Новости <http://ria.ru/>
10. Сайт Политическая Россия — общественно-политический журнал <http://politrussia.com/>
11. Российская газета — интернет портал <http://www.rg.ru/>
12. РосБизнесКонсалтинг (РБК) — интернет портал <http://www.rbc.ru/>
13. Моногорода России: как пережить кризис? Анализ социально-экономических проблем моногородов в контексте мирового финансово-экономического кризиса. М.: Институт региональной политики, 2008. http://www.regionalistica.ru/files/2009/monogoroda_crysis.doc
14. <http://www.rg.ru/2015/09/22/reg-szfo/a1167229.html>
15. <http://ria.ru/interview/20151023/1306424217.html#ixzz3pOSstcCj>
16. <http://www.veb.ru/strategy/region/mono/>
17. <http://www.rg.ru/sujet/3978/>
18. <http://politrussia.com/society/dobro-pozhalovat-v-384/>
19. С. Миронов: Для решения проблем монопрофильных городов необходима, прежде всего, законодательная база/30.03.2010. — URL: <http://www.rbc.ru/rbcfreenews/20100330134445.shtml>;
20. <http://government.ru/activities/19049/>
21. <http://www.rg.ru/2015/09/10/reg-sibfo/mono.html>

Анализ ключевой ставки как основного инструмента денежно-кредитной политики Банка России

Мухьяров Максим Радифович, студент
Тюменский государственный университет

Денежно-кредитная политика Банка России в последнее время подвергалась постепенному реформированию. Одним из наиболее значимых новшеств стал отказ Банка России от установления интервала бивалютной корзины и регулярных валютных интервенций, курс рубля стал формироваться под влиянием рыночных факторов.

В 2014 году Банком России был объявлен переход к таргетированию инфляции, которым пользуются многие страны, такие как Канада, Израиль, Чехия и многие другие. При этом условием таргетирования инфляции выступает отказ от искусственного поддержания валютного курса рубля. При этом, согласно пресс-релизу Банка России от 13.09.2013 «О системе процентных инструментов де-

нежно-кредитной политики Банка России» основным параметром системы инструментов кредитно-денежной политики является ключевая ставка.

Ключевая ставка представляет собой процентную ставку по операциям предоставления и абсорбирования ликвидности на аукционной основе на срок 1 неделя [1].

Механизм текущей денежно-кредитной политики является следующим. Банк России устанавливает размер ключевой ставки. В зависимости от этого размера, коммерческие банки устанавливают ставки по предоставлению и привлечению средств граждан и юридических лиц. То есть меняется стоимость денег для экономических агентов. В зависимости от этой стоимости денег, меняется поведение экономических субъектов, направленное на сбережение или расходование денежных средств.

Таким образом, в настоящее время ключевая ставка является основным параметром денежно-кредитной политики Банка России.

Далее проанализируем изменения ключевой ставки ми пояснения Банка России о причинах и следствиях таких изменений.

С даты введения (13.09.2013) и до апреля 2014 размер ключевой ставки не менялся и составлял 5,5% годовых. В пресс-релизах «О ключевой ставке» Банк России указывал, что в экономике России сохраняются низкие темпы роста, производственной активности, инвестиционного спроса. Основным источником экономического роста в настоящее время остается потребительская активность, поддерживаемая ростом реальной заработной платы и розничного кредитования. Инфляция продолжит замедляться, оставаясь в рамках целевого диапазона (6%) до конца года

Основным источником неопределенности для данного прогноза являются инфляционные риски, связанные с ускорением роста цен в конце 2013 года и наблюдаемым ослаблением национальной валюты

В декабре 2013 Банк России указал, что при отклонении инфляции от среднесрочных целевых ориентиров будет готов ужесточить денежно-кредитную политику.

В период с апреля до декабря 2014 Банк России последовательно повышал ключевую ставку на 0,5–1 процент, 12.02.2014 размер ее составлял 10,5% годовых.

Такое повышение объяснялось следующим. Приоритетной задачей Банка России называлось ограничение инфляционных последствий курсовой динамики и поддержание финансовой стабильности. К числу негативных факторов Банк России относил усиление геополитической напряженности, изменение денежно-кредитной политики центральных банков других стран и их возможное влияние на динамику курса национальной валюты, обсуждаемые изменения в налоговой и тарифной политике, негативное влияние курсовой динамики на потребительские цены, ростом инфляционных ожиданий, а также неблагоприятной конъюнктурой рынков отдельных товаров, исторически низкий уровень безработицы ограничивает потенциал экономического роста, значительное снижение

цены на нефть, ужесточение санкций, введенных отдельными странами, в отношении ряда крупных российских компаний.

В ноябре Банк России отметил, что произошедшее ужесточение денежно-кредитных условий пока не компенсировало влияние указанных выше факторов на инфляционные ожидания, тем не менее, динамика денежно-кредитных агрегатов создает предпосылки к снижению инфляции в среднесрочной перспективе.

12.02.2014 сообщалось, что годовой темп прироста денежной массы (M2) составил 4,8%, снизившись с 16,3% по состоянию на аналогичную дату предыдущего года. В зависимости от размера инфляции и инфляционных ожиданий, денежно-кредитная политика будет смягчена или ужесточена. При этом следующее заседание Совета директоров Банка России, на котором будет рассматриваться вопрос об уровне ключевой ставки, было запланировано на 30 января 2015 года.

Однако в виду существенно возросших девальвационных и инфляционных рисков с 16.12.2014 ключевая ставка была увеличена до 17% годовых.

С февраля и до августа 2015 года ключевая ставка снижалась до 11% годовых, с августа до настоящего времени не менялась.

При принятии решения о смягчении или ужесточении денежно-кредитной политики Банк России стал исходить не только из предполагаемых размеров инфляции, но и темпов экономического роста.

Положительным моментом видим, то что Банк России стал допускать увеличение инфляционных рисков в целях недопущения чрезмерного охлаждения экономики.

Среди факторов назывались низкий уровень потребительской и предпринимательской уверенности, уменьшение загрузки производственных мощностей и рабочей силы, низкий уровень безработицы. Основными источниками инфляционных рисков являются дальнейшее ухудшение внешнеэкономической конъюнктуры, сохранение инфляционных ожиданий на повышенном уровне и пересмотр запланированных на 2016–2017 гг. темпов увеличения регулируемых цен и тарифов, индексации выплат и в целом смягчение бюджетной политики.

В последние 3 года Банку России не удавалось достичь поставленных целей по уровню инфляции: Банк России ставит задачу снижения темпов прироста потребительских цен в 2013 году до 5–6%. В 2013 году зафиксирована инфляция в размере 6,45%. Целевое значение изменения потребительских цен составит 5,0% в 2014 году. В действительности инфляция составила 11,4%. Цель на 2015 год — 4,5%, по данным на ноябрь 2015 г. — 15,6% годовых.

Указанное свидетельствует либо о неэффективности самих инструментов денежно-кредитной политики, либо их неэффективном использовании. Однако, как показывают исследования, Банк России использование отдельных инструментов денежно-кредитной политики приводило к положительным результатам [2,114].

Критика проводимой Банком России денежно-кредитной политики выражается в завышенной ключевой ставке и, как следствие, недостатке ликвидности у банков, и как дальнейшее следствие, у реального сектора экономики.

Так, в статье «О фундаментальных недостатках современной денежно-кредитной политики авторы более рациональным считают размер 6,25% годовых [3,81], другие исследователи предлагают установить ставку рефинансирования 2% годовых [4].

По нашему мнению, на данном этапе высокая ключевая ставка оправдывает себя. Политика денежного смягчения, успешно применяемая в странах с развитой экономикой, в отечественных условиях не приведет к экономическому росту, а разгонит инфляцию и увеличит давление на рубль на валютном рынке.

Считаем, что Банк России не должен поменять собой орган государственной власти, ответственный за экономический рост. Основными целями деятельности Банка России является устойчивость рубля и банковской системы.

Денежные средства, должны вливаться в экономику не путем эмиссии, а через иные каналы. Например, через целевые программы Правительства Российской Федерации. При этом должен быть осуществлен контроль за целевым расходованием таких средств. Ужесточен контроль и ответственность конечных получателей таких средств за их расходованием и возвратом.

Таким образом, считаем критику проводимой денежно-кредитной политики Банка России необоснованной, поскольку происходящие в российской экономике негативные события и тенденции не могут быть преодолены только лишь смягчением денежно-кредитной политики.

Литература:

1. Пресс-релиз Банка России от 13.09.2013 «О системе процентных инструментов денежно-кредитной политики Банка России» http://www.cbr.ru/pw.aspx?file=/dkp/130913_13504271.htm
2. Е. Федорова, А. Лысенкова Как влияют инструменты денежно-кредитной политики на достижение целей ЦБ РФ? // «Вопросы экономики», № 9, 2013 106–116
3. А. Апокин, Д. Белоусов, И. Голощапова, И. Ипатова, О. Солнцев. О фундаментальных недостатках современной денежно-кредитной политики // Вопросы экономики, 2014, № 12
4. Глазьев, С.Ю. Простота хуже воровства. Зачем Центральный банк повысил процентную ставку и отпустил рубль? // www.glazev.ru/upload/iblock/e93/e93de4336c769958be6d137a5336b16f.docx

Особенности формирования HR-бренда современной финансовой организации: российский и зарубежный опыт

Несоленая Олеся Владимировна, преподаватель;
Агишева Алина Вильдановна, студент;
Кулеша Эмма Викторовна, студент
Южный федеральный университет (г. Ростов-на-Дону)

Статья посвящена вопросу привлекательности бренда работодателя. Рассмотрены современные подходы к определению термина HR-бренд. Инструменты развития внутреннего и внешнего HR-бренда описаны на примере банка. Описаны коммуникационные каналы, применяемые для продвижения HR-бренда в финансовой сфере. Разработан комплекс мероприятий для развития внешней системы коммуникаций по развитию HR-бренда компании.

Ключевые слова: HR-бренд, бренд работодателя, корпоративный бренд, управление брендом, инструменты HR-бренда, продвижение HR-бренда.

Современное развитие внешнего рынка труда характеризуется тенденцией трансформации традиционного рынка работодателя в качественно новый рынок работника. В этой связи возрастает конкурентная борьба между работодателями в привлечении лучшего работника. Это в свою очередь изменило процесс поиска и найма соискателей и популяризировало такое направление ра-

боты в системе управления человеческими ресурсами как HR-брендинг.

Однако если на Западе HR-брендинг активно развивается уже около 20 лет, то для России данное направление остается достаточно новым. Согласно исследованию, проведенному Head Hunter в 2014 году, лишь у 7% опрошенных компаний бюджет на HR-брендинг превысил 500

Таблица 1. Современные подходы к определению термина HR-бренд

| Подход | Автор | Определение HR-бренда |
|--|--|---|
| HR-бренд как образ компании | Иванова С. М. [2. с. 3] | Известный образ, который сложился у работающих и потенциальных сотрудников организации, общественности, представителей профессионального сообщества, рекрутинговых компаний, государственных служб (например, занятости), коммерческих компаний относительно организации, обладающей уникальными качественными характеристиками на рынке труда, доведенными до сознания существующих и потенциальных сотрудников таким образом, чтобы единожды поступив на работу в данной организации, они стали ее приверженцами. |
| | Гречуха Я. Н., Самохвалова С. М. [3. с. 320] | Образ компании в сознании сотрудника, потенциальных работников и на рынке труда в целом. |
| | Арькова Т. Ю. [4. с. 63] | Система транслируемых внешней и внутренней аудитории образов, идей и представлений об организации как о работодателе |
| HR-бренд как совокупность преимуществ для работников и организации | Мосли Р. [5 с. 31] | Совокупность материальных, функциональных и психологических выгод, которые получает сотрудник, работая в компании. |
| | Rosethorn H. [6, с. 49] | Причина, по которой соискатели хотят присоединиться и остаться в организации. |
| | Walker P, Higgins A. [7, С. 3] | Совокупность признаков (часто неосознаваемых), которые делают организацию особенной и привлекательной для сотрудников и соискателей, способствуют установлению связи между ними, обеспечивают эффективную работу персонала. |

тыс. руб., а у 46% респондентов бюджет на HR-брендинг в 2014 году и вовсе отсутствовал [1].

В российской и зарубежной научной литературе существуют следующие подходы к определению термина HR-бренд:

Проанализировав различные подходы к определению термина HR-бренд, можно сделать вывод, что, в общем, под HR-брендом понимается положительный имидж компании на рынке труда, за которым стоит ее целостный образ как работодателя. Сильный HR-бренд дает компаниям реальный экономический эффект. Необходимо отметить, что в России в настоящий момент не так много компаний, серьезно развивающих свой HR-бренд. Самыми передовыми компаниями в сфере HR-брендинга, как в России, так и зарубежом являются IT-корпорации. Однако тенденция в ориентированности на развитие HR-бренда постепенно распространилась и в другие сферы, одной из которых является банковская.

Каждая из организаций сферы банковских услуг обладает уникальным HR-брендом. Однако существует два варианта формирования HR-бренда: он может сложиться стихийно, либо компания проводит целенаправленную политику по его развитию.

В рамках данной работы исследуем основные инструменты формирования внешнего и внутреннего HR-бренда

и каналы коммуникации, которые используются одним из региональных банков с целью формирования собственного HR-бренда. Объектом исследования является банк «Центр-инвест» — крупнейший региональный банк Юга России.

Для формирования HR-бренда в компании существуют внутренние и внешние инструменты. Внутренние инструменты направлены на сотрудников компании и призваны удержать персонал, повысить их лояльность и т. д. Внешние инструменты направлены на потенциальных сотрудников организации и способствуют привлечению классифицированной рабочей силы.

Анализируя инструменты формирования внешнего HR-бренда банка, отметим, что большинство из них связаны со сферой образования, тем самым создается благоприятный образ банка, в качестве работодателя, среди молодых специалистов, как потенциальных сотрудников банка.

Чтобы оценить популярность вышеуказанных инструментов формирования внешнего HR-бренда банка у молодежи, был проведен социологический опрос среди студентов экономического факультета Южного федерального университета. В опросе приняло участие 50 человек. Респондентам предлагалась ответить на 2 вопроса: Знакомы ли они с мероприятиями и инициативами банка?

Таблица 2. Инструменты формирования внутреннего и внешнего HR-бренда банка

| | Внешний HR-бренд банка | Внутренний HR-бренд банка |
|----------------------|--|---|
| Инструменты | <ol style="list-style-type: none"> 1. Центр финансовой грамотности — семинары для студентов ВУЗов, студентов-иностранцев, пенсионеров, предпринимателей. 2. Интернет-курс «Предпринимательский всеобуч». 3. Реализация благотворительной аффинити-программы с Ассоциацией выпускников ЮФУ. 4. Выпуск учебников по банкингу. 5. Стипендиальная программа для студентов Юга России. 6. Предоставление площадки для студентов для практики и стажировки. 7. Поддержка IT-проектов в рамках программы «47 hours». 8. Проведение экономического форума для школьников. 9. Детская площадка «Кидбург» в виде банковского учреждения, где дети могут попробовать себя в роли операционистов, банкиров и т. д. 10. Благотворительная программа по бесплатному посещению для школьников выставок крупнейших музеев Юга России (областной музей краеведения и областной музей изобразительных искусств в Ростовской области, музей-заповедник «Сталинградская битва» в Волгоградской области). | <ol style="list-style-type: none"> 1. Корпоративные мероприятия (корпоративный велоквест банка «Центр-инвест», чемпионат по футболу на Кубок Президента банка «Центр-инвест», волейбольный турнир на Кубок Президента банка «Центр-инвест»). 2. «Центр-кафе» на территории главного офиса банка. 3. Организация питания. 4. Поздравление сотрудников, которые работают в компании более 10 и 15 лет золотыми и серебряным значками. 5. Спорт-клуб на территории головного офиса: пинг-понг, кикер (настольный футбол), аэрохоккей, дартс, тренажеры и турники, боксерская груша, занятия йогой и пилатесом. 6. Материальная помощь по материнству. 7. Организация встреч для бизнес-леди — сотрудниц банка. 8. Медицинское страхование. 9. Конкурентоспособная заработная плата. |
| Ожидаемые результаты | <p>Привлечение более квалифицированных работников.</p> <p>Улучшение деловой репутации банка.</p> <p>Завоевание лучших конкурентных позиций на рынке банковских услуг.</p> <p>Рост прибыльности банка.</p> | <p>Сокращение текучести кадров.</p> <p>Сокращение затрат на привлечение и адаптацию сотрудников.</p> <p>Усиление вовлеченности работников.</p> <p>Повышение мотивации работников.</p> <p>Улучшение качества работы.</p> |

Принимали ли в них непосредственное участие? Результаты исследования представлены на рисунке 1.

Данные рисунка свидетельствуют о высокой осведомленности студентов об инициативах банка, однако принимают участие в них небольшой процент обучающихся. Это говорит о том, что в последнее время все меньше выпускников мечтает найти работу в банковской сфере после окончания ВУЗа. Более 20 лет банковская сфера являлась наиболее привлекательной на рынке труда молодежи. На сегодняшний день банки столкнулись с серьезными проблемами, связанными с привлечением лучших кандидатов. Данный факт также подтверждает опрос студентов ведущих ВУЗов России, проведенный в 2015 году исследовательским агентством «Контакт» на предмет заинтересованности работы в банке. По результатам опроса, 36% респондентов не хотят работать в банке, потому что данная деятельность им не интересна. Лишь у 20% опрошенных осталось стремление построить карьеру в банке. На Западе подобная динамика проявилась раньше, с началом

экономического кризиса 2008 года. В 2012 году американские инвестбанки были встревожены тем, что число выпускников лучших ВУЗов, которые пошли к ним работать, снизилось с 10% до 7% [8].

Инструменты внутреннего HR-бренда также способствуют формированию положительного имиджа работодателя. С целью сравнения инструментов формирования внутреннего HR-бренда банка «Центр-инвест» с самыми популярными инструментами банковской сферы (по результатам исследования бренда работодателей компанией «АНКОР Банка, финансовые услуги» [9]) нами было проведено собственное социологическое исследование. Всего было опрошено 63 респондента. В качестве опрошенных выступали сотрудники банка. Респондентам предлагалось сравнить инструменты внутреннего HR-бренда банка «Центр-инвест» с самыми популярными инструментами банковской сферы по значимости для работника. В ходе опроса сотрудников банка было установлено, что первым по значимости инструментом, способствующим позитив-



Рис. 1. Популярность инструментов формирования внешнего HR-бренда банка «Центр-инвест» среди студентов

ному восприятию работодателя, является стандартный социальный пакет плюс оплата питания и фитнеса (76% респондентов), вторым инструментом выступила активная корпоративная жизнь (37% респондентов), программам обучения и наставничества отдали свои голоса 22% опрошенных, скидка на продукты банка, партнеров банка (17% респондентов). В то же время участники опроса отметили, что такие инструменты как высокая заработная плата (30% респондентов), возможность карьерного роста (24% респондентов), вовлечение сотрудников в принятие стратегических решений (14% респондентов) зависят от должности сотрудника, а также от территориального расположения офиса банка (центр или периферия).

Помимо инструментов, на формирование и продвижение благоприятного имиджа компании как работодателя, оказывает влияние информация, которая проникает во внешнюю или внутреннюю среду, тем самым формируя положительные или отрицательные представления. Информация передается по каналам коммуникации. Именно благодаря ним и осуществляется продвижение HR-бренда компании. Система коммуникации в зависимости от целевой аудитории подразделяется на внешнюю и внутреннюю.

Сравним наиболее популярные коммуникационные каналы для продвижения HR-бренда в финансовой сфере.

Из рисунка видно, что наибольшей популярностью, как в России, так и за рубежом, пользуются такие каналы, как раздел «Карьера» на корпоративном сайте, вводный курс для сотрудников, внутриэлектронные рассылки, а также программы обучения и развития.

Рассмотрим более подробно основные коммуникационные каналы, используемые банком «Центр-инвест»,

для формирования и продвижения собственного HR-бренда:

- основной канал продвижения бренда — собственный сайт банка, который содержит аналитические отчеты о деятельности банка, позволяет получить обратную связь по интересующим вопросам. Сайт содержит вкладку «Карьера», где можно отправить заявку для трудоустройства, прохождения практики и т.д. Как уже отмечалось выше, данный канал является наиболее востребованным, как в России, так и зарубежом;

- логотип компании, оформленный в зелено-желтых тонах. Логотип повышает узнаваемость организации на рынке и направлен как на внешнюю, так и на внутреннюю аудиторию;

- сеть приемных по производственным и социально-трудовым вопросам. Обращаясь в такие приемные, сотрудник может сообщить о нарушениях в процессе работы, обратиться к руководству по вопросам реализации корпоративных социальных программ, оказания материальной помощи. Данный канал направлен только на внутреннюю аудиторию;

- корпоративный журнал «Вектор», который освещает ключевые новости из жизни банка. Брошюры о компании;

- социальные сети: «Вконтакте», «Инстаграм», «Твиттер» и т.д.;

- баннерная реклама.

Таким образом, можно отметить, что банк «Центр-инвест» использует наиболее эффективные коммуникационные каналы HR-брендинга финансовой сферы России.

Однако существующих мероприятий HR-брендинга недостаточно для эффективного взаимодействия с внешней аудиторией, так как многие компании используют все



Рис. 2. Инструменты формирования внутреннего HR-бренда банковской сферы



Рис. 3. Коммуникационные каналы продвижения HR-бренда банка в России и зарубежом [9]

более совершенные методы для привлечения внимания потенциальных соискателей. В этой связи, нами был разработан комплекс мероприятий для развития внешней системы коммуникации, направленный в первую очередь на студенческую среду:

— популяризация уже существующего Центра Финансовой Грамотности, где студенты могут проходить обучение и стажировку. Рекомендуется использовать бренд-амбасадоров в лице студентов, уже окончивших Центр Финан-

совой Грамотности и готовых продвигать его услуги в университетской среде;

— организация мастер-классов на экономических направлениях подготовки. Участие в «Дне карьеры»;

— создание отдельной страницы на сайте банка, которая будет содержать информацию о текущих вакансиях в компании для молодых специалистов, а также об условиях работы в ней;

— создание карьерной страницы банка в социальной сети. На странице следует указать о преимуществах работы в компании, отзывы сотрудников, истории успеха;

— размещение объявлений о компании на стендах в университетах. Рекомендуется поместить QR-коды на объявлениях, ведущие на карьерную страницу сайта;

— разработка креативного дизайна оформления и наполнения объявлений компании. Помимо всего прочего, это позволит визуально выделять их в тех местах, где они размещены в большом количестве (стенды в университетах);

— организация канала, по которому студенты смогут задать интересующий их вопрос о работе в компании сотруднику организации;

— создание видео или интерактивного тура по офису компании. При этом в случае интерактивного путеше-

ствия возможно добавление элементов геймификации или тестовых мини-заданий.

— встраивание в видео рассказов о специфике работы в компании, интервью с успешными сотрудниками или стажерами на собственном канале на YouTube.

— организация экскурсий в компанию, в процессе которых будет рассказываться об особенностях работы компании, труда тех или иных специалистов.

Подводя итог всему вышесказанному, можно отметить, что в современных условиях развитие HR-бренда играет важную роль, так как представление положительного образа работодателя является преимуществом компании не только на рынке труда, но и на рынке товаров и услуг, способствует повышению репутации среди партнеров по бизнесу и конкурентов. На сегодняшний день формирование сильного внешнего HR-бренда должно стать стратегической задачей банка «Центр-инвест», что позволит завоевать молодых специалистов и повысить конкурентоспособность банка. Особенности формирования внешнего HR-бренда в финансовых организациях тесно связаны с сотрудничеством с ВУЗами: это стартовая площадка для знакомства с молодыми и перспективными студентами, которые в будущем проявят себя в роли квалифицированных специалистов.

Литература:

1. HR-брендинг в России накануне 2015 года [Электронный ресурс]. URL: <http://www.lyubertsy.hh.ru/article/15805> (дата обращения: 28.09.2015).
2. Иванова, С. М. Оценка стоимости бренда работодателя // Составляющие научно-технического прогресса. — 2012. — № 4. — с. 3–6.
3. Гречуха, Я. Н., Самохвалова С. М. Условия формирования бренда компании-работодателя // Управление человеческими ресурсами — основа развития инновационной экономики. — 2010. — № 2. — с. 319–323.
4. Арькова, Т. Ю. Управление человеческими ресурсами организации на основе системы HR-брендинга // Вестник Астраханского государственного технического университета. Серия: Экономика. — 2011. — № 1. — с. 62–66.
5. Мосли, Р. Бренд работодателя. Лучшее из бренд-менеджмента — в работу с кадрами. — Группа ИДТ, 2007. — 210 с.
6. Rosethorn, H. The Employer Brand: Keeping Faith with the Deal. — Gower Publishing Ltd, 2009. — 216 p.
7. Walker P, Higgins A. Employer branding; a no-nonsense approach. London: Guide CIPD. 2007. [Электронный ресурс] URL: <http://www.cipd.co.uk> (дата обращения: 13.10.2015).
8. HR-бренд будущего: от «игрека» к «альфе» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.futurebanking.ru/post/2705> (дата обращения: 01.10.2015).
9. Бренд работодателя в банках и финансовых компаниях [Электронный ресурс]. URL: <http://www.banki.ru/news/research/?id=3231337> (дата обращения: 02.10.2015).

Анализ методов валютного регулирования в условиях нестабильности в России

Пантелеев Василий Петрович, магистрант
 Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации

В статье исследованы методы валютного регулирования в условиях нестабильности в России.

Ключевые слова: методы валютного регулирования; валютный рынок.

Постановка проблемы.

Валютная политика направления и формы, проводимой Центральным банком, зависят от внутриэкономического положения данной страны и ее места в мировом хозяйстве. Цели валютной политики меняются в зависимости от исторического периода. Одним из важнейших средств реализации валютной политики является валютное регулирование.

Цель данной статьи состоит в исследовании методов валютного регулирования в условиях не стабильности.

Изложение основного материала исследования.

В последние месяцы, несмотря на ожидание многих, валютный рынок России оставался относительно стабильным. Банк России четко выполнял задачу регулятора, хотя и не торопился с корректирующими интервенциями, просто периодически изменяя параметры коридора бивалютной корзины. Глава Минфина призвал россиян сохранять спокойствие и не торопиться с переводом свободных средств в евро или доллары. Антон Силуанов уверен в относительной стабильности рублевого курса. Он утверждает, что валютный рынок России в ближайшие месяцы лихорадить не будет точно, и для смены курсовой политики оснований не имеется. Рубль сегодня достаточно устойчив, а ситуация, наблюдавшаяся летом, была не признаком слабости, а естественным колебанием рубля.

Многие эксперты отмечают, что Банк России держит ситуацию под контролем. Глава Центрального Банка Эльвира Набиуллина, в свою очередь, заявляет об отсутствии причин для резкой девальвации, по ее словам, она просто невозможна. Того же мнения придерживается и Алексей Улюкаев (Минэкономразвития).

Банк Росси с 10 ноября 2014 г. упразднил действовавший механизм курсовой политики, отменив интервал допустимых значений бивалютной корзины и регулярные

интервенции на границах указанного интервала и за его пределами. При этом новый подход Банка России к проведению операций на внутреннем рынке не предполагает полного отказа от валютных интервенций, их проведение возможно в случае возникновения угроз для финансовой стабильности. В то же время в рамках нового режима валютного курса операций на внутреннем валютном рынке будут преимущественно осуществляться на возвратной основе. В результате реализации принятого решения формирование курса рубля будет происходить под влиянием рыночных факторов, что должно способствовать усилению действенности денежно-кредитной политики Банка России и обеспечению ценовой стабильности. Кроме того, новый подход к проведению операций на внутреннем валютном рынке будет способствовать более быстрой адаптации экономики к изменениям внешних условий и увеличит ее устойчивость к негативным шокам.

Прогнозировать курс рубля сегодня проще, что связано со снижением панических настроений и постепенным выравниванием экономики после шокирующего обвала нефтяных цен. Осенью некоторые «эксперты» предрекали стоимость доллара по 200 руб., чего, к счастью, не случилось. Сегодня мы наблюдаем постепенное укрепление национальной валюты. Чтобы провести корректный анализ валютного рынка и выдать объективный прогноз, необходимо учесть все факторы, на него влияющие.

Что бы ни утверждало правительство, наиболее существенным фактором влияния на рубль является наличие санкций. Они существенно отразились на инвестиционном климате, функционировании многих отраслей экономики, развитии инновационных проектов. При анализе валютного рынка России также следует учитывать резкое снижение котировок акций ведущих компаний и корпораций. (Рис. 1)



Рис. 1. График индекса ММВБ по акциям ведущих компаний и корпораций за период с 01.2014 по 10.2015 <http://stocks.investfunds.ru/indicators/view/216/#beginf>

На ситуацию в значительной мере повлияли панические настроения населения, когда одновременно происходило массовое «обнуление» депозитов с одновременной скупкой валюты. Сегодня граждане успокоились, но отдавать банкам свои сбережения по-прежнему не торопятся.

Также обостряет ситуацию взаимоотношение с Украиной. Это касается и отказ от экономического сотрудничества, и присоединение Крыма с неизбежными дотациями на его содержание.

Еще одним дестабилизирующим фактором в анализе валютного рынка является вытеснение РФ из мировой финансовой системы с одновременным ростом оттока капитала. Согласно прогнозам Банка России, в 2015 году страна потеряет до \$120 млрд. В 2014 страна потеряла \$150 млрд. чистого оттока капитала. В Банке России считают, что в последующие два года страна потеряет еще не менее \$130 млрд. Если смотреть на отток капитала, статистика показывает прямую связь между стоимостью нефти и экспортом финансов. (Рис. 2)

Анализ валютного рынка начала года давал в лучшем случае отношение 70–75 руб./\$1. Несмотря на пессимистические прогнозы, национальная валюта сумела не только выйти из пике, но и значительно укрепиться к доллару и евро, поднявшись с января 2015 года на 25 процентов. Это связано, главным образом, со стабилизацией падения нефтяных цен, которые сегодня почти добрались до \$50 (марка Brent). Падение цен на нефть в августе 2015 г. и девальвация российской валюты привела к тому, что корреляция между курсом рубля и ценой на нефть достигла исторического максимума. Безусловно, курс рубля всегда находился под прямым влиянием цены на нефть, однако в прошлом году к факторами, форми-

рующим рыночную стоимость российской валюты, добавились еще, ответные ограничения России, увеличение объемов оттока капитала и прочее. В марте 2015 г. была особенно заметна некоторая раскорреляция, несмотря на сильное падение цены на нефть, курс рубля некоторое время даже укреплялся. Например, в одну их торговых сессий цена на нефть упала на 0,5%, в то время как рубль прибавил в цене почти 50 копеек. (Рис. 3) Цена на нефть Brent составляла 53 долл./баррель, а курс доллара США к рублю находился в диапазоне 61,5–62 рубля. (Рис. 4)

Стоит учесть, что в начале весны 2015 г. экономическая и внешнеполитическая обстановка была немного другой. На фоне некоторой стабилизации геополитической ситуации давление на рубль снизилось, что позволило ему отыграть часть потерь, понесенных в конце 2014 г. На текущий момент о стабильности внешней ситуации говорить не приходится, что и отражается в высокой волатильности и нестабильности курса рубля. Также не стоит забывать, что в ноябре 2014 г. Банк России отказался от влияния на курс рубля, отправив его в свободное плавание. Это дало возможность говорить о рыночной основе формирования стоимости рубля. Хотя, конечно, свобода не была полной до конца июля 2015 г. Банк России все-таки проводил валютные интервенции, в виде ежедневных покупок в объеме 200 млн. долларов на внутреннем рынке. Свободное плавание российской валюты на фоне эскалации конфликта с Западом и стало одним из ключевых факторов девальвации рубля в конце 2014 — начале 2015 года.

Но имеются и дополнительные факторы, делающие анализ валютного рынка России оптимистичным. В первую очередь, это государственный курс на импортозамещение и реформирование экономики, который вклю-

Отток капитала в \$ миллиардах

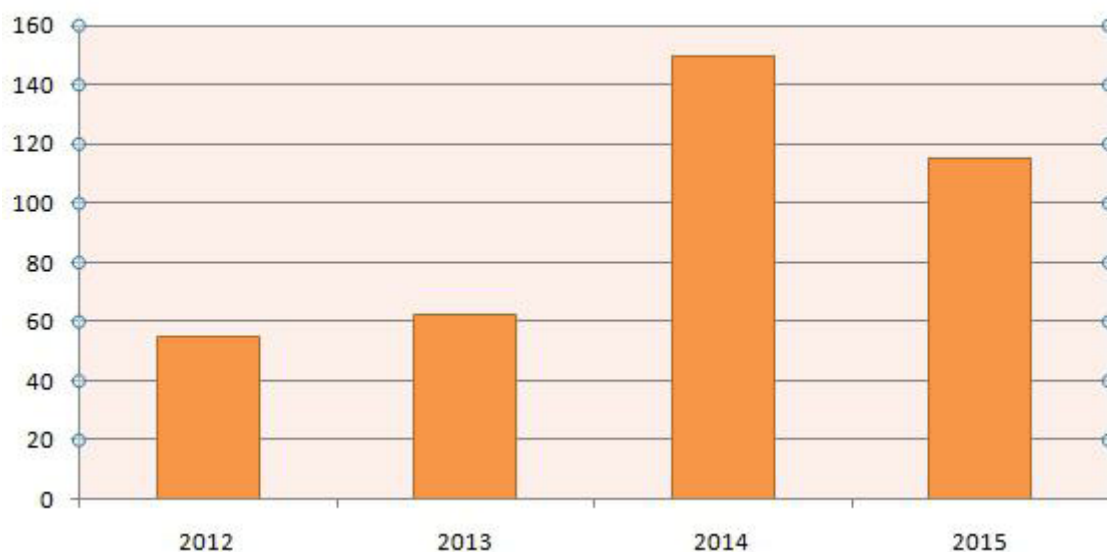


Рис. 2. Отток капитала в миллиардах Долларах США

<http://fb.ru/article/182711/ottok-kapitalov-prichinyi-ottok-kapitalov-statistika>



Рис. 3. Средневзвешенный курс доллара США за период с 10.2014 по 10.2015

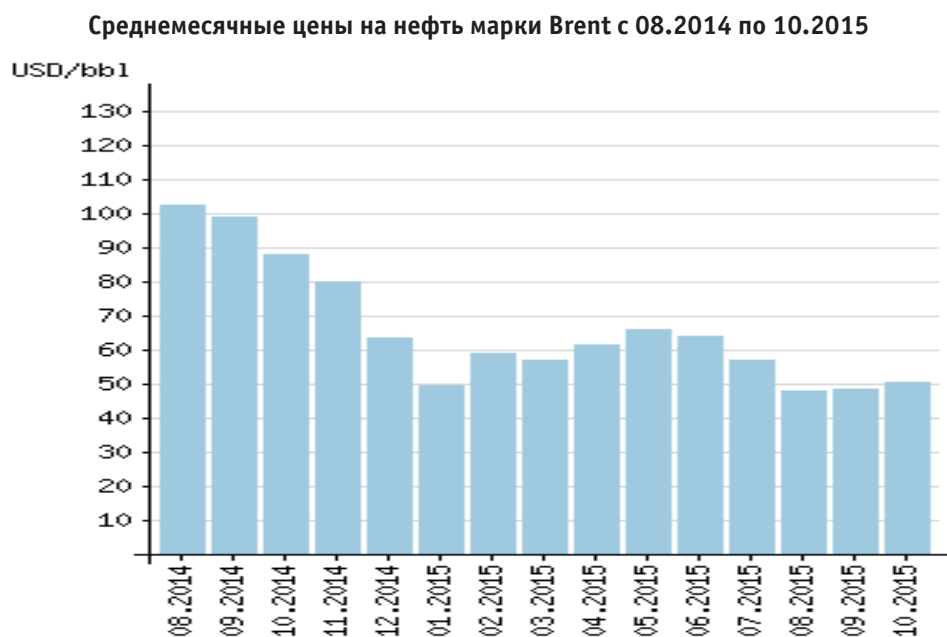


Рис. 4. Среднемесячные цены на нефть марки Brent за период с 08.2014 по 10.2015

чает поиск новых видов пополнения бюджета. Данный курс направлен на развитие не только сырьевых, но и других секторов экономики, а также отраслей, наиболее пострадавших от санкций.

Выводы по результатам исследования.

Анализ валютного рынка России показывает, что пока Банк России и правительство вполне устраивает зани-

женный курс. Это только способствует развитию общего направления на импортозамещение, что должно подстегнуть национальную экономику. Финансовые аналитики предрекали в первом полугодии 2015 г. 48–49 руб./\$ с последующим небольшим ростом во втором полугодии.

В последнее время исследование валютного рынка показывает, что пока России не выгоден экономически

слишком сильный рубль. За счет низкой стоимости рубля компенсируется сокращение нефтяных доходов, которые составляют практически 50% бюджетного дохода, а также компенсируется объем валютной выручки. По мнению финансовых аналитиков, сильный рубль при низких ценах на нефть стал бы причиной роста бюджетного дефицита и скатыванию экономики России в мощнейшую рецессию. Именно поэтому официальные лица и заявляют о выгоде слабого рубля для бюджета и экономики России. Не исключено, что к наступлению налоговых выплат он получит дополнительную поддержку, но затем неизбежно отступит к условно-справедливым показателям. Практика показала, что даже существенные интервенции (напомним, что только за октябрь 2014 года было потрачено из резервов порядка \$30 млрд., по данным с сайта <http://www.cbr.ru>) кардинальных результатов не дают.

Интересно, что после поднятия Банком России ключевой ставки, одним из наиболее выгодных способов со-

хранения накоплений и инвестирования стали депозитные вклады. Кроме относительно высоких процентов их отличает минимальный уровень рисков. Таким образом, население косвенно подталкивают к восстановлению доверительных отношений с банками. Однако многие продолжают хранить свои деньги дома или в банковских ячейках, воздерживаясь от их размещения на депозитах.

То, что обвала в ближайшие месяцы можно не ожидать, показывает и анализ валютного рынка, и постепенная стабилизация экономики. Пока еще речь идет не о стремительном росте, а о сохранении позиций и легких колебаниях. Но на фоне стремительного падения конца 2014 года и данную тенденцию можно считать положительным моментом. Сегодня можно утверждать, что пессимистические прогнозы не сбываются. Если не произойдет ничего экстраординарного, то постепенное улучшение с 2016 года неизбежно.

Литература:

1. Доклад о денежно-кредитной политике. № 3 (11) — сентябрь 2015. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.cbr.ru/publ/>, свободный.
2. Федеральный закон от 23.07.2013 г. № 251-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в связи с передачей Центральному Банку Российской Федерации полномочий по регулированию, контролю и надзору в сфере финансовых рынков» // Правовая система Консультант Плюс [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.consultant.ru, свободный.
3. Финансовые и денежно-кредитные методы регулирования экономики. Теория и практика: учебник/под ред. М. А. Абрамовой, Л. И. Гончаренко, Е. В. Маркиной. М.: Юрайт, 2015. — 551 с.
4. <http://www.cbr.ru> — официальный сайт Центрального банка Российской Федерации.
5. <http://www.minfin.ru> — официальный сайт Министерства финансов Российской Федерации.

Основные проблемы управления кадровым резервом в организации

Персань Наталья Валерьевна, студент

Байкальский государственный университет экономики и права (г. Иркутск)

В статье рассмотрены основные проблемы, которые встречаются при работе с кадровым резервом в организациях. Рассмотрены пути решения проблем при формировании и управлении кадровым резервом.

Ключевые слова: кадровый резерв.

Главный фактор, определяющий успешность современной компании и ее эффективность, подразумевает наличие лучших сотрудников. Несмотря на огромное количество предложений на рынке труда, дефицит компетентных специалистов существует.

Сегодня, когда закрывать вакансии все труднее, а вопрос о решении проблемы кадрового «голода» становится для HR-менеджеров важнейшим, наиболее затратным и дорогостоящим, многие предприятия стали активно развивать такое направление, как работу с внутренним кадровым резервом.

Кадровый резерв — группа работников, потенциально способных к руководящей деятельности, отвечающих требованиям, предъявляемым должностью того или иного ранга, подвергшихся отбору и прошедших систематическую целевую квалификационную подготовку.

Основная проблема российских компаний состоит в том, что кадровый резерв существует формально. Сейчас очень непростое время для многих компаний и значимость формирования кадрового резерва уходит на второй план. Однако именно кадровый резерв может обеспечить компании массу преимуществ:

— сэкономить время на поиск необходимых сотрудников. Если в организации открывается вакантное место, которое нужно срочно заполнить, то при наличии кадрового резерва проблема решается автоматически.

— своевременно подготовить перспективных сотрудников к переходу на новую должность;

— мотивировать сотрудников. Если сотрудник компании знает, что его готовят к повышению, он уверен в своем будущем в этой организации и станет прилагать гораздо больше усилий к работе и повышению своей квалификации.

При формировании кадрового резерва HR-менеджер может столкнуться с рядом трудностей на любом этапе этого процесса. Системно и последовательно решая возникающие проблемы, понимая причины их появления, он сумеет успешно преодолеть все препятствия и достичь высоких результатов.

Первая проблема характерная для российских компаний — возможность возникновения ситуации, когда менеджер не допускает и мысли о создании замены для себя, видя в этом угрозу потери работы. Причина подобного поведения менеджера может крыться в специфике общей организационной культуры, т. е. когда сотрудник не получает обратной связи в отношении своей работы, когда о его успехах не говорят, а о своих неудачах он только догадывается либо узнает о них из третьих уст. Значит — «каждому сотруднику по обратной связи». На взгляд автора, качественная обратная связь — это одна из составляющих успеха бизнеса. Во вторых, причиной возникновения описанной ситуации может оказаться банальная неосведомленность менеджера об условиях и принципах работы проекта «Кадровый резерв». Это упущение службы управления персоналом, каждый сотрудник предприятия и вновь принятый в компанию человек должен быть подробно ознакомлен с Положением о кадровом резерве.

Вторая проблема — выдвижение линейными руководителями «своих» кандидатов на включение в кадровый резерв. Нередко это обусловлено лишь тем, что руководителю будет психологически комфортно работать с определенным сотрудником, а не тем кандидатом, обладающим высоким трудовым потенциалом и профессионализмом. Если подобный формальный подход встретит противодействие службы персонала, то велика вероятность возникновения конфликта. Решение этой проблемы — все процедуры, касающиеся работы с кадровым резервом, должны быть четко прописаны, а так же необходимо постоянно повышать авторитет, профессионализм и значимость службы управления персоналом, не забывая о том, что HR-менеджер обязательно должен знать и понимать стратегию и цели компании в которой он работает.

Третья проблема — это отношение к формированию кадрового резерва руководителей компании. Только в том случае, если высшее руководство компании полностью не только поддерживает этот проект, но и понимает важность и необходимость его существования в организации и всякий раз транслирует это понимание сотрудникам,

можно ожидать, что проект будет жить. В данной ситуации предлагается повышать авторитет службы управления персоналом, не браться за внедрение проекта до тех пор, пока не будет ясно, что руководство окончательно убедилось в необходимости его реализации и при этом понимает, что это долгосрочные инвестиции.

Четвертая проблема — отсутствие понимания того, что проект «Кадровый резерв» входит в общую структуру стратегического развития компании (сотрудники не связывают результаты своей ежедневной работы со стратегическими целями предприятия). Что следует делать в данной ситуации? Во-первых, все сотрудники компании должны знать о стратегии развития предприятия. Во вторых, кропотливо, из раза в раз необходимо проводить разъяснительные работы: говорить о том, каким образом предприятие приблизится к цели, выполнив тот или иной проект (в нашем случае — сформировав кадровый резерв).

Пятая проблема — формирование кадрового резерва требует серьезных затрат. Эта сложность не появится только в том случае, если до начала работы над проектом будет составлен и утвержден руководством соответствующий бюджет. Что следует делать в данной ситуации? Во-первых, планировать и бюджетировать проект, постоянно извещая руководство о ходе его выполнения. Во вторых, руководители компании обязательно должны понимать, что подготовка кадрового резерва — это составляющая работы с персоналом, которая может быть затратной и не приносить видимых быстрых дивидендов. Нужно, чтобы руководители осознавали, что кадровый резерв — это долгосрочная инвестиция в персонал: высоких результатов от реализации программы подготовки данной структуры можно ожидать только при кропотливом и аккуратном отношении к принципам и задачам формирования кадрового резерва.

Шестая проблема — отток «резервистов». Что следует делать в данной ситуации? Во-первых, необходимо обязательно поговорить в доверительной обстановке с каждым из уходящих. Цель беседы — понять истинную причину, по которой он покидает предприятие. Следует вместе с резервистом проследить его профессиональный путь и выяснить, на каком этапе у него возникло желание уйти из компании, в связи с чем поменялась его мотивация. Во-вторых, проанализировав полученную информацию, необходимо заново взглянуть на всю систему управления персоналом и создать рабочую группу, в которую войдут линейные руководители, с предложением обсудить ситуацию и принять меры на будущее. В-третьих, следует провести мониторинг удовлетворенности трудом всех специалистов и менеджеров компании. На взгляд автора, подобного рода мониторинг нужно включить в общую структуру работы с персоналом и осуществлять его один раз в год, для того чтобы выявлять уровень вовлеченности всех сотрудников в деятельность предприятия, а также степень их заинтересованности в работе.

Седьмая проблема — возникает на этапе прохождения сотрудниками, зачисленными в кадровый резерв

стажировки. Беря «резервиста» к себе на стажировку, менеджер впускает его на свою территорию. Здесь скрыть свои возможные недостатки и управленческие ошибки от «резервиста» практически невозможно. Это вызывает у менеджера повышенную тревожность и нежелание обучать подопечного, которое он объясняет тем, что дел и так слишком много. В данной ситуации работа с кадровым резервом — это часть организационной культуры. Именно так и не иначе она позиционируется руководством. Во-вторых, HR-специалист должен понимать, что если такая ситуация возникла, то у менеджера действительно существуют некоторые проблемы в работе. Необходимо корректно, в личной беседе выяснить, в чем они заключаются. Затем HR-специалисту следует приложить максимальные усилия, для того чтобы менеджер справился со всеми трудностями. При этом понижение уровня тревожности последнего также входит в задачу первого.

Восьмая проблема, при наличии которой возможность создания кадрового резерва приравнивается к нулю, — отсутствие целостной системы работы с персоналом

и взаимодействия с резервом (как составляющей части первой). Работа с резервом кадров, как и любая деятельность по управлению трудовыми ресурсами, требует системного и планового подхода. Она должна проводиться постоянно и целенаправленно, а не быть очередной кампанией по внедрению форм управления.

Несмотря на все плюсы работы с кадровым резервом, на то, что все трудности преодолимы, а некоторые из них иногда и не возникают (при условии понимания, зачем необходим резерв, как с ним работать, в какую сумму он обойдется организации и когда стоит ожидать видимых результатов), не каждому предприятию нужно и можно формировать данную структуру. Если в вашей организации создана и благополучно внедрена целостная система работы с персоналом, а резерв кадров вы рассматриваете как ее составляющую часть, если затраты на поиск новых сотрудников, их обучение и адаптацию выше расходов на проект «Кадровый резерв», а у HR-специалистов в компании высокий авторитет, тогда у проекта действительно имеется шанс стать успешным и результативным.

Литература:

1. Рудавина, Е., Екомасов В. Книга директора по персоналу СПб.: Питер, 2008. — 368 с. ISBN: 978—5-91180—752—8.
2. К. Фокин, П. Баранов Зачем управлять кадровым резервом руководителей организации? Журнал «Управление персоналом» N11 2008 год Источник: <http://www.top-personal.ru/issue.html?1620>.
3. Кадровый резерв и оценка результативности труда управленческих кадров/Сост. В. В. Травин, В. А. Дятлов. М.: «Дело Лтд», 1995. 176 с.
4. Управление персоналом организации Учебник/Под ред. А. Я. Кибанова. — 3-е изд., доп. и перераб. — М.: ИНФРА-М, 2005. — 638 с. — (Высшее образование).
5. Проблемы и порядок формирования кадрового резерва на предприятии в современных условиях/Н.М. Москвитина // Вестник Амурского государственного университета. 2012. Вып. 57: Сер. Естеств. и экон. науки. с. 172175. Библиогр.: с. 175. ISSN 20730268.
6. Война за таланты/Э. Майклз, Х. Хэндфилд-Джонс, Э. Экселрод; пер. с англ. Ю.Е. Корнилович. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2005. — 272 с.

Анализ и оценка динамики доходов населения в Республике Саха (Якутия)

Петрова Ньургуйаана Владимировна, студент
Северо-Восточный федеральный университет имени М. К. Аммосова

Уровень жизни является одной из самых важных социальных категорий. Под уровнем жизни понимаются обеспеченность населения необходимыми материальными благами и услугами, достигнутый уровень их потребления и степень удовлетворения разумных потребностей.

Понятие уровень жизни отождествляют с понятием уровень благосостояния или качеством жизни и рассматривают в достаточно узком смысле и характеризуют объемом реальных доходов на душу населения.

Основными источниками доходов населения являются:

- 1) заработная плата и другие выплаты, которые работники получают за свой труд;
- 2) доходы от индивидуальной трудовой деятельности;
- 3) выплаты и льготы из общественных фондов потребления и т.д.

Республика Саха (Якутия) — самый крупный субъект Российской Федерации и Дальневосточного федерального округа. Она занимает огромную территорию (3083,5 тыс. кв. км). Численность населения РС (Я) на 1 января 2014 года составила 954803 тыс. человек, в столице респу-

блики проживают 622667 тыс. чел., 1/3 населения (332136 тыс. чел.) — жители сельской местности [1, с. 270].

Один из наиболее обобщающих показателей роста благосостояния людей — денежные доходы населения. Для измерения уровня и структуры доходов населения используется ряд показателей, характеризующих их в различных аспектах.

1. Совокупные (общие) доходы населения (СДН) определяются суммированием личных доходов (Д) и стоимости бесплатных или на льготных условиях (БУ) предоставленных населению услуг за счет общественных фондов потребления [2, С. 448].

$$СДН = \sum Д_{\text{по всем источникам поступления}} + БУ \quad (1)$$

2. Номинальными показателями доходов не определяют реального содержания доходов, т. е. не показывают, какое количество материальных благ и услуг доступно населению при сложившемся уровне доходов. Владельцы своих доходов могут в окончательном виде располагать лишь частью номинального дохода, так как должны уплатить индивидуальные налоги и сделать другие обязательные отчисления [3, С. 320].

3. Личные располагаемые доходы (ЛРД) населения определяется путем вычитания налогов, обязательных платежей и взносов в общественные организации (НП, В)

$$ЛРД = ЛНД - НП, В \quad (2)$$

4. Доля личных располагаемых доходов в общем объеме доходов составит:

$$d_{ЛРД} = \frac{ЛРД}{ЛНД} \quad (3)$$

5. Личные реальные располагаемые доходы показывают, сколько товаров и услуг можно приобрести населения на свои доходы [4, с. 445].

$$РРД = ЛРД * I_{\text{пок.сп.руб}} \quad (4)$$

$$РРД = ЛРД * \frac{1}{I_{\text{цен}}} \quad (5)$$

$$I_{\text{пок.сп.руб.}} = \frac{1}{I_{\text{цен}}} \quad (6)$$

Изменение доходов может быть отражено с помощью индексов:

$$I_{РРД} = I_{ЛРД} * I_{\text{пок.сп.руб}} \quad (7)$$

$$I_{РРД} = \frac{I_{ЛРД}}{I_{\text{цен}}} \quad (8)$$

Для анализа динамики вышеназванных показателей доходов в статистике используются показатели анализа динамики: абсолютный прирост, темп роста, темп прироста [5, с. 413].

— абсолютный прирост показывает, на сколько рублей (долларов, евро и т. д.) увеличились или уменьшились доходы, например:

$$\Delta_{РРД} = РРД_1 - РРД_0, \quad (9)$$

где РРД₁, РРД₀ — реальные располагаемые доходы в базисном и отчетном периодах соответственно

— темп роста показывает, сколько процентов составляет текущий уровень доходов от уровня, принятого за базу сравнения, например:

$$T_{р(РРД)} = \frac{РРД_1}{РРД_0} * 100 \% \quad (10)$$

— темп прироста показывает, на сколько процентов увеличились (уменьшились) доходы в отчетном периоде по сравнению с базисным периодом, например:

$$T_{пр(РРД)} = T_{р(РРД)} - 100 \% \quad (11)$$

$$\text{или } T_{пр(РРД)} = \frac{РРД_1}{РРД_0} * 100 \% - 100 \% \quad (12)$$

Рассмотрев особенности населения РС (Я), были сначала рассчитаны основные показатели доходов, исходные данные которых представлены в табл. 1.

Таблица 1. Состав денежных доходов населения по Республике Саха (Якутия), млн. руб. [6]

| Доходы | Годы | | |
|---|------------|------------|------------|
| | 2012 г. | 2013 г. | 2014 г. |
| Всего денежных доходов | 265503,751 | 294202,428 | 326366,296 |
| Доходы от предпринимательской деятельности | 44048,78 | 52179,882 | 55231,903 |
| Оплата труда наемных работников | 126629,913 | 150607,127 | 176650,205 |
| Социальные выплаты | 46821,447 | 55103,874 | 60171,28 |
| Доходы от собственности | 15128,273 | 24904,366 | 7038,945 |
| Другие доходы | 13957,934 | 2909,169 | 29955,022 |
| Расходы и сбережения | | | |
| Покупка товаров и оплата услуг | 166039,461 | 183486,65 | 198228,288 |
| Обязательные платежи и разнообразные взносы | 25233,434 | 30613,938 | 38972,263 |
| Сбережения во вкладах и ценных бумагах | 10490,649 | 9896,886 | 16013,155 |
| Расходы на покупку недвижимости | 8272,119 | 13189,793 | 14429,147 |
| всего денежных расходов | 243731,075 | 243863,386 | 287031,268 |
| индекс потр. цен | 1,012 | 1,023 | 1,045 |

По имеющимся данным рассчитаны номинальные доходы населения:

2012 г. $НД_0 = 265503,75$ млн. руб.;

2014 г. $НД_1 = 326366,29$ млн. руб.

Располагаемые денежные доходы населения по формуле (2) составили:

2012 г. $РД_0 = 240270,32$ млрд. руб.;

2014 г. $РД_1 = 287394$ млрд. руб.

Индекс номинальных и располагаемых денежных доходов населения вычислили по формуле (2):

$I_{НД} = 1,229$, или 122,9%;

$I_{РД} = 1,196$, или 119,6%.

Таким образом, номинальные денежные доходы населения в 2014 г. по сравнению с 2012 г. выросли на 22,9%, располагаемые денежные доходы — на 19,6% по фор-

муле (11).

Реальные располагаемые денежные доходы населения рассчитали по формуле 4. Получили:

2012 г. $РРД_0 = 237421,2$ млн. руб.;

2014 г. $РРД_1 = 312312,2$ млн. руб.

Индекс реальных располагаемых денежных доходов населения по формуле 10:

$I_{РРД} = 1,315$, или 131,5%.

Реальные располагаемые денежные доходы населения в 2014 г. по сравнению с 2012 г. выросли на 31,5%.

Рассчитав основные показатели, был проведен анализ динамики денежных доходов населения.

Чтобы определить, какие источники формируют доходы населения наиболее значительнее, построили таблицу 2.

Таблица 2. Структура денежного дохода населения за 2012–2014 гг., в %

| Доходы | 2012 г. | 2013 г. | 2014 г. |
|--|---------|---------|---------|
| Всего денежных доходов, млн. рублей | 100 | 100 | 100 |
| Оплата труда наемных работников | 47,7 | 51,2 | 54,1 |
| Доходы от предпринимательской деятельности | 13,5 | 17,7 | 20,8 |
| Социальные выплаты | 17,6 | 18,7 | 18,4 |
| Доходы от собственности | 5,7 | 8,5 | 2,2 |
| Другие доходы | 8,2 | 3,9 | 11,7 |

Источники доходов населения представлены в диаграмме (Рис. 1.)

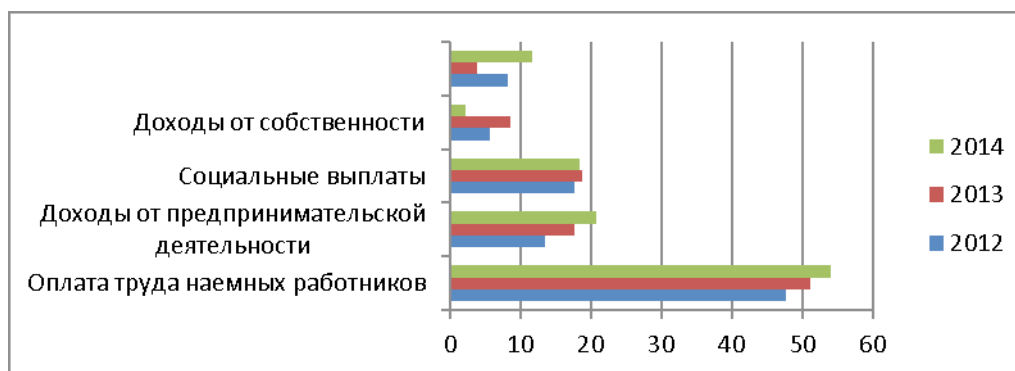


Рис. 1. Доходы за 2012–2014 гг.

По имеющимся данным (рис. 1), можно сделать вывод о том, что основными источниками формирования доходов населения являются оплата труда наемных работников (их доля в 2014 году увеличилась на 6,4%), социальные выплаты (выросла на 0,8%), доходы от предпринимательской деятельности (доля в 2014 году по сравнению с 2012 года выросла на 7,3%). Одним из регуляторов в сфере повышения доходов населения является развитие малого и среднего предпринимательства. За последние 5 лет в РС (Я) наблюдается положительная динамика развития в данном направлении.

Представление об уровне среднедушевых денежных

доходов населения за 2010–2014 гг. дают рисунок 2 и таблица 3.

Период 2010–2014 года характеризовался позитивными показателями в области уровня жизни населения: в 2014 году среднедушевые денежные доходы населения по РС (Я) в целом составили 30980,0 руб. в месяц. По сравнению с предыдущим годом этот показатель вырос на 8,8%, или 2522,7 руб., а по сравнению с 2010 годом возросли на 31,7%. Государство обязано создавать благоприятные условия для долгой, безопасной, здоровой и благополучной жизни людей, обеспечивая экономический рост и социальную стабильность в обществе.

Таблица 3. Среднедушевые денежные доходы населения по Республике Саха (Якутия) [7]

| | Рублей/год | В % к соответствующему периоду прошлого года |
|---------|------------|--|
| 2010 г. | 21161,70 | 113,9 |
| 2011 г. | 23088,10 | 109,1 |
| 2012 г. | 25616,90 | 111 |
| 2013 г. | 28457,30 | 111,1 |
| 2014 г. | 30980,00 | 108,9 |

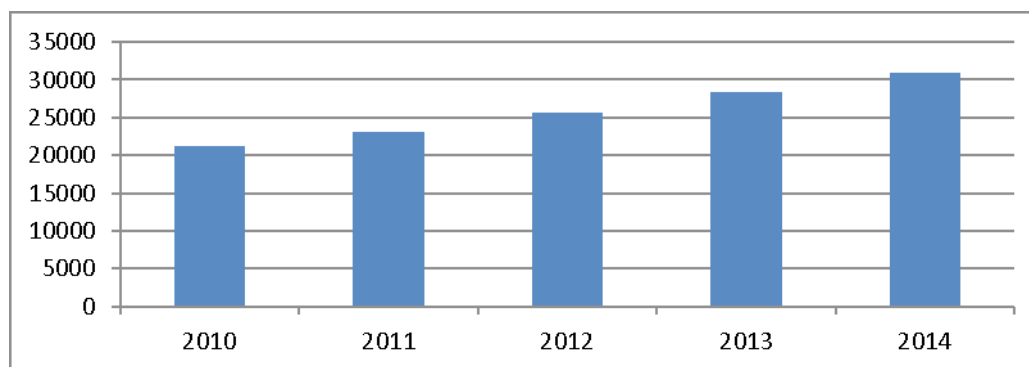


Рис. 2. Динамика доходов за 2010–2014 гг.

Литература:

1. Центральная Якутия: потенциал развития территории. Экономико-географическое исследование. Авт. коллектив Е. Г. Егоров, Г. А. Понамарева, Е. Н. Федорова. 2011 — 270 с.
2. Елисеева, И. И. Статистика. Учебник/Под ред. И. И. Елсеевой. — М.: Проспект, 2012. — 448 с.
3. Тарновская, Л. И. Статистика. Учебник для вузов. Изд-ий центр «Академия», 2008 — 320 с.
4. Харченко, Л. П., Ионин В. Г., Глинский В. В. Статистика. Учеб. Пособие. Москва. ИНФРА — М. 2008. — 445 с.
5. Назаров, М. Г. Курс социально-экономической статистики. Учеб. для вузов. — М.: Изд. «Омега — Л», 2009. — 413 с.
6. Официальный сайт статистики Республики Саха (Якутия) sakha.gks.ru

Роль гражданского общества в противодействии коррупции

Рафиев Руслан Бахрузович, студент

Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова

Гражданское общество — это общество с развитыми экономическими, культурными, правовыми и политическими отношениями, независимое от государства, но взаимодействующее с ним, общество граждан высокого социального, политического, культурного и морального статуса, создающих совместно с государством развитые правовые отношения. [1]

Ключевым понятием гражданского общества являются институты. Институты гражданского общества — совокупность негосударственных структур и создаваемых ими учреждений, которые в своем единстве характеризуют гражданскую жизнь общества. [2] Другими словами, институты гражданского общества — это политические партии, общественные организации, непра-

вительственные, некоммерческие организации и другие виды объединения граждан. Каким образом данные формы объединения могут влиять на коррупцию в стране?

Прежде всего, стоит рассмотреть, что же представляет из себя гражданское общество не только в теории, но и в практике. Грубо говоря, можно сказать, что гражданское общество — это люди, которым не все равно. Это люди, которых волнуют проблемы, возникающие в различных сферах жизни, будь то политика, наука, экология и т.д. Одной из существенных проблем наших дней является коррупция. Так как гражданское общество уделяет внимание существующим проблемам, то и коррупцию оно не может обойти стороной. Государство и гражданское общество — это взаимосвязанные структуры. Иногда

институты гражданского общества могут создаваться в противовес государству. Но зачастую государство само способствует созданию различных институтов, для того, чтобы способствовать решению важных вопросов. Однако, как показывает практика, созданием государством антикоррупционных структур, выступающих в роли институтов гражданского общества, заканчивается тем, что эти институты также начинают плодить коррупцию. В итоге данные организации не решают никаких проблем, а просто существуют за счет государственных средств. Поэтому, скорее, в условиях тех, стран, где коррупция является с разрешения государства, институты гражданского общества должны создаваться ему в противовес.

Также нужно отметить, что роль гражданского общества в борьбе с коррупцией также заключается в помощи государству, которое действительно борется с взяточничеством и хищениями. Например, статистика показывает, что если россиянам для получения тех или иных результатов требуется дать взятку, то 47% респондентов соглашались преступить закон. [3] Это означает, что задачи гражданского общества не просто отдельными группами людей создавать организации для активного противодействия коррупции, но и заниматься просвещением, образовательной деятельностью, для того, чтобы у всего населения была четкая антикоррупционная политика.

Сейчас и на национальном и на региональных и на мировом уровне существует множество законов, которые устанавливают наказание за коррупцию. Если будет много людей, готовых сидеть и, допустим, мониторить госзакупки, а потом «давить на власть общественным мнением» и найдя факты хищения не оставлять дело на попечительство властей, а следить за расследованием, то уровень коррупции существенно понизится. Но главное, что для этого необходимо — это безразличное к проблеме коррупции общество, готовое регулярно задавать неудобные для власти и правоохранителей вопросы, требовать результатов и доведения расследований до конца. Если задающих вопросы будет не 20–30 человек, а критическое количество, ситуация с коррупцией кардинально изменится.

Успех борьбы против коррупции будет зависеть от того, сумеет ли гражданское общество активнее заниматься этими проблемами, будет ли оно обладать достаточным техническим потенциалом, финансовыми ресурсами и доступом к информации, и будет ли ему обеспечено политическое пространство, необходимое для выполнения этой важнейшей роли по надзору и защите прав. [4]

В конце октября 2003 года Генеральная Ассамблея ООН приняла Конвенцию Организации Объединенных Наций против коррупции, которая вступила в силу в декабре 2005-го. Россия присоединилась к этой конвенции в 2006 году. Однако 20ая статья данной конвенции ратифицирована не была. Данная статья посвящена незаконному обогащению, т.е. каждый чиновник должен объяснять происхождение своих доходов. Отказ от принятия данной статьи был объяснен тем, что придется пе-

ределять множество законов, а на это уйдет слишком много времени. Однако данная конвенция представляет интерес и с другой стороны. Год назад российская несистемная оппозиция взялась за раскручивание этого проекта. Они начали проводить различные акции и в интернете и за его пределами, для того, чтобы рассказать людям о том, что это за статья и почему ее не хотят принимать. Борцы за ратификацию 20ой статьи конвенции предлагали ввести уголовное наказание для тех чиновников, у которых имеющиеся активы значительно превышали получаемые ими доходы.

Данное предложение было оформлено на сайте Российской общественной инициативы (РОИ). Данная инициатива за полгода набрала порядка 20 тысяч голосов. [5] Даже учитывая, что не все население сидит в интернете, такой результат голосования является очень низким. Возникает вопрос: если все опросы и исследования однозначно показывают, что россияне считают, что коррупция во власти есть, и с ней необходимо бороться, то почему такой низкий процент голосования за инициативу, которая может реально побороться с коррупцией. Возможно два варианта ответа на данный вопрос. Первый — никто просто не верит в то, что эта инициатива может что-то изменить. Второе — люди в принципе не привыкли к подобным проявлениям гражданской активности.

82 миллиона Россиян пользуются интернетом. Для того, чтобы проект представленный на РОИ, был рассмотрен в Государственной думе необходимо 100 тысяч голосов, что составляет примерно 1% от людей, пользующихся интернетом. Если, как показывает практика, борьбу с коррупцией поддерживает минимум 60%, то почему не набралось и 1%? Ответом является неразвитость гражданского общества. Невозможно сказать, как бы отреагировало Федеральное собрание, если бы за инициативу проголосовало 30 миллионов человек. Но вряд ли они смогли бы ее так легко отвергнуть. Так в чем проблема, если есть эти условные 30 миллионов, которые против коррупции, есть механизм общения этих 30 миллионов с властью, так почему же они не голосуют? Невозможно дать точный ответ на этот вопрос, но, по моему мнению, он кроется как раз в неразвитости гражданского общества.

Подытожив вышесказанное можно прийти к выводу, что люди как порождают коррупцию в ряде случаев, так и способны бороться с ней. Для того, чтобы была система противостояния людей и хищения чиновниками, необходимо гражданское общество. Его организация — это сложный процесс, потому, что его создание означает сложные институциональные преобразования. Сформированное гражданское общество, во-первых, само не будет поощрять коррупцию, во — вторых, будет упорно с ней бороться. Власть может бороться с коррупцией, а может и нет, все зависит от того, что ей выгодно. Но людям, живущим в стране, коррупция не будет выгодна никогда и именно поэтому они должны стремиться делать все, чтобы с ней бороться. Поэтому, на мой взгляд, основная проблема России заключается не в госслужащих,

которые воруют, так как это вполне естественно и объяснимо, а проблема в людях, которые все понимают, но вместе с тем не хотят приложить даже минимальные усилия для того, чтобы хоть что-то изменить.

Литература:

1. Обществознание http://humanitar.ru/page/bilet_number13
2. Основы права <http://bibliotekar.ru/osnovy-prava-1/102.htm>
3. Антикоррупционный журнал <http://askjournal.ru/materialy/item/grazhdanskoe-obshchestvo-protiv-korrupsii-idei-i-vozmozhnosti>
4. II DIGITAL <http://iipdigital.usembassy.gov/>
5. Российская общественная инициатива <https://www.roi.ru/397/>

Сравнительный анализ моделей по созданию эффективных проектных команд

Рахимкулов Жаслан Шайдулович, студент
Московский физико-технический институт

Актуальность данной темы, в том, что в настоящее время тимбилдинг представляет собой одну из перспективных моделей корпоративного менеджмента, обеспечивающих полноценное развитие компании, и является одним из наиболее эффективных инструментов управления персоналом. Командное строительство направлено на создание групп равноправных специалистов различной специализации, сообща несущих ответственность за результаты своей деятельности и на равной основе осуществляющих разделение труда в команде.

Различают четыре основных подхода к формированию команды: целеполагающий (основанный на целях), межличностный (интерперсональный), ролевой и проблемно-ориентированный [1].

Целеполагающий подход (основанный на целях) — позволяет членам группы лучше ориентироваться в процессах выбора и реализации групповых целей. Процесс осуществляется с помощью консультанта. Цели могут быть стратегическими по своей природе или могут быть установлены в соответствии со спецификой деятельности, например, как изменение продуктивности или уровня продаж, а также как изменение внутренней среды или каких-либо процессов.

Межличностный подход (интерперсональный) — сфокусирован на улучшении межличностных отношений в группе и основан на том, что межличностная компетентность увеличивает эффективность существования группы как команды. Его цель — увеличение группового доверия, поощрение совместной поддержки, а также увеличение внутрикомандных коммуникаций.

Ролевой подход — проведение дискуссии и переговоров среди членов команды относительно их ролей; предполагается, что роли членов команды частично перекрываются. Командное поведение может быть изменено в результате изменения их исполнения, а также индивидуального восприятия ролей.

Проблемно-ориентированный подход к формированию команды (через решение проблем) предполагает организацию заранее спланированных серий встреч по фасилитации процесса (с участием третьей стороны — консультанта) с группой людей, имеющих общие организационные отношения и цели. Содержание процесса включает в себя последовательное развитие процедур решения командных проблем и затем достижение главной командной задачи. Предполагается, что наряду с наработкой такого умения у всех членов команды, активность по ее формированию должна быть также сфокусирована на выполнении основной задачи, межличностных умениях, а также может включать целеполагание и прояснение функционально-ролевой соотнесенности.

Для сравнения данных подходов по формированию команд используем SWOT-анализ [2] (см. табл. 1, 2, 3, 4). Цель анализа — сформулировать основные направления развития через систематизацию имеющейся информации о сильных и слабых сторонах подходов, а также о потенциальных возможностях и угрозах.

Для более полной отдачи от анализа используется построение вариантов действий, основанных на пересечении полей. Для этого последовательно рассматривают различные сочетания факторов внешней среды и внутренних свойств. Рассматриваются все возможные парные комбинации и выделяются те, что должны быть учтены при разработке стратегии (см. табл. 5).

1) Поле СИВ показывает, какие сильные стороны необходимо использовать, чтобы получить отдачу от возможностей во внешней среде.

2) Поле СЛВ показывает, за счет каких возможностей внешней среды организация сможет преодолеть имеющиеся слабости.

3) Поле СИУ показывает, какие силы необходимо использовать организации для устранения угроз.

Таблица 1. Целеполагающий подход

| Strengths (сильные стороны) | Weaknesses (слабые стороны) |
|--|---|
| Направлен на реализацию групповых целей Четкое понимание цели и задач каждым членом | Низкие внутриккомандные коммуникации Внутриккомандная конкуренция Конфликты |
| Opportunities (возможности) | Threats (угрозы) |
| Поддержка руководства Приобретение компетенций Корпоративные мероприятия | Текучка кадров Нехватка компетенций Отсутствие корпоративной культуру |

Таблица 2. Межличностный подход

| Strengths (сильные стороны) | Weaknesses (слабые стороны) |
|--|---|
| Групповое доверие Совместная поддержка Хорошие внутриккомандные коммуникации Возможность охвата большого количества людей за короткий промежуток времени, не требует больших финансовых затрат от руководства компании, участники тренинга получают дополнительные знания о эффективных способах межличностного взаимодействия. | Панибратство Необходимость регулярного проведения корпоративных мероприятий, так как эффекта от тренингов хватает на 3–4 месяца. Корпоративные тренинги подразумевают больше психологическую, чем практическую основу подготовки. Проблемы и задачи, смоделированные на тренингах, не имеют ни малейшего отношения к реальным целым, которые ставятся на работе перед сотрудниками. |
| Opportunities (возможности) | Threats (угрозы) |
| Поддержка руководства Приобретение компетенций Корпоративные мероприятия | Текучка кадров Нехватка компетенций Отсутствие корпоративной культуру |

Таблица 3. Ролевой подход

| Strengths (сильные стороны) | Weaknesses (слабые стороны) |
|---|--|
| Четкое распределение ролей Снижается вероятность конфликтов между сотрудниками | Затормаживает развитие группы, у каждого сотрудника личные цели становятся приоритетней общих целей. Сложно разделять людей по типам, так как в различных ситуациях практически каждый человек способен менять свои качества. |
| Opportunities (возможности) | Threats (угрозы) |
| Поддержка руководства Приобретение компетенций Корпоративные мероприятия | Текучка кадров Нехватка компетенций Отсутствие корпоративной культуру |

Таблица 4. Проблемно-ориентированный подход

| Strengths (сильные стороны) | Weaknesses (слабые стороны) |
|--|--|
| Системный и структурированный подход к решению проблем Соппротивление переменам будет снижено до минимума, так как в принятое решение внес вклад каждый участник команды. | Данный метод может не сработать, если члены команды будут считать себя исполнителями, а руководитель всю ответственность за деятельность подразделения возложит на свои плечи. |
| Opportunities (возможности) | Threats (угрозы) |
| Поддержка руководства Приобретение компетенций Корпоративные мероприятия | Текучка кадров Нехватка компетенций Отсутствие корпоративной культуру |

Таблица 5

| | Возможности | Угрозы |
|-----------------|--------------------|---------------|
| Сильные стороны | СИВ | СИУ |
| Слабые стороны | СЛВ | СЛУ |

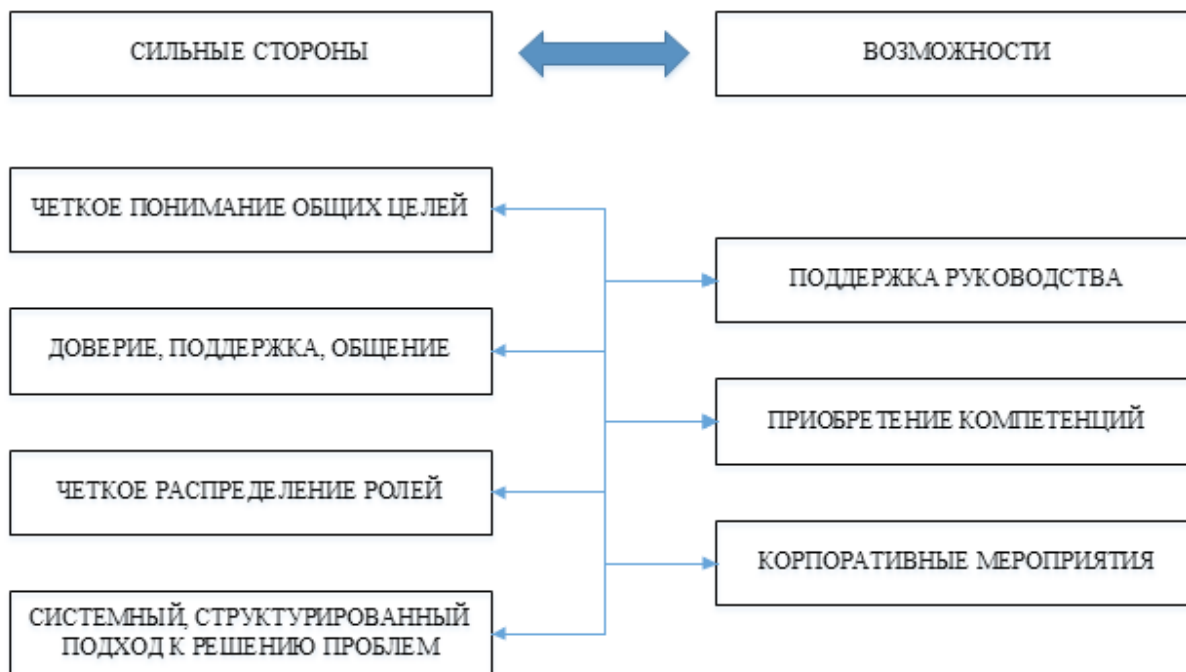


Рис. 1. Поле СИВ

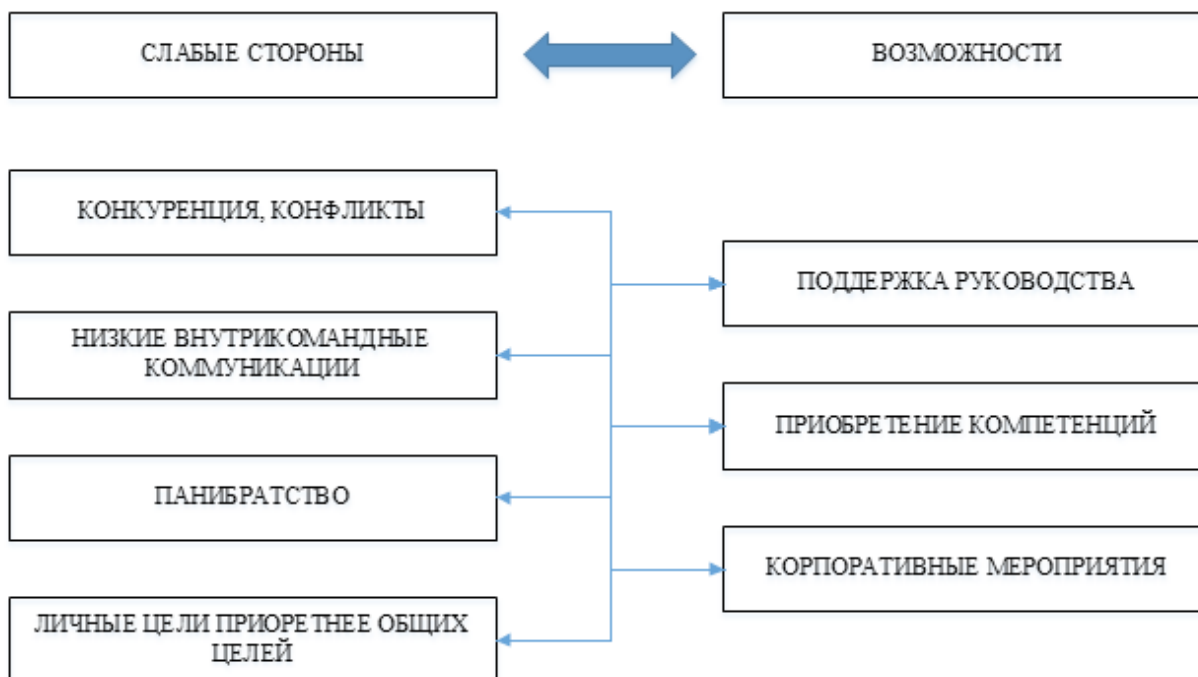


Рис. 2. Поле СЛВ

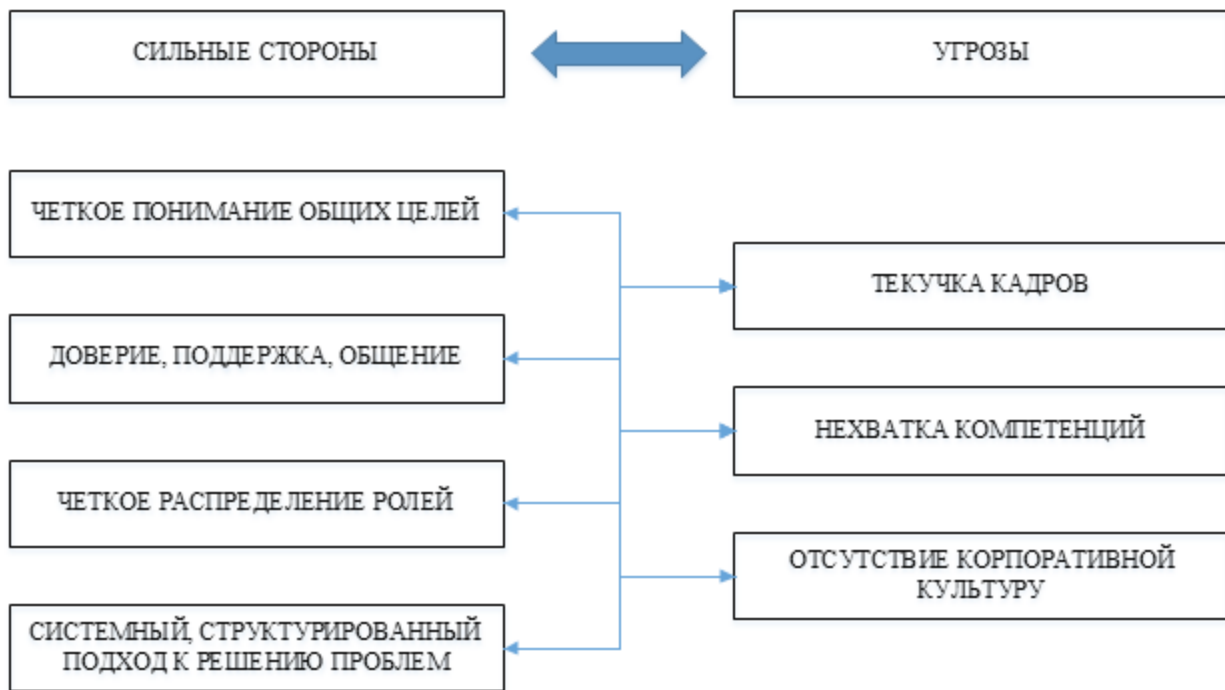


Рис. 3. Поле СИУ

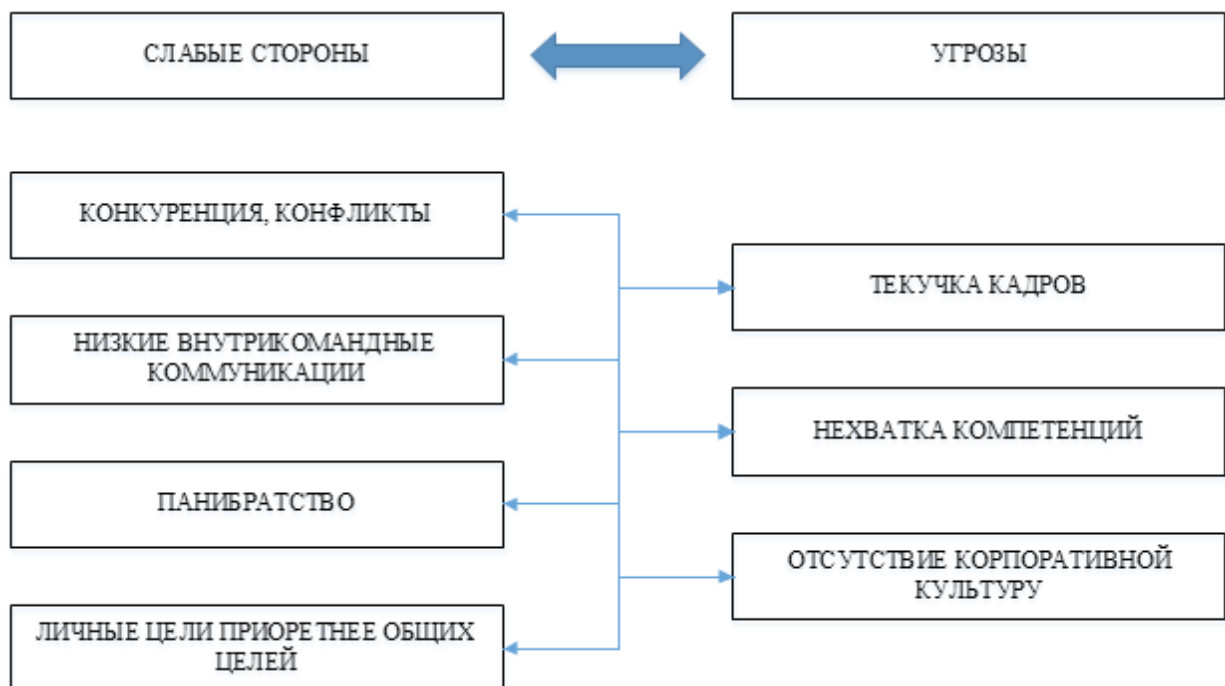


Рис. 4. Поле СЛУ

4) Поле СЛУ показывает, от каких слабостей необходимо избавиться, чтобы попытаться предотвратить нависшую угрозу.

Далее на основе проведенного анализа можно разработать стратегию по формированию эффективных про-

ективных команд. Данная стратегия должна включать следующие меры:

- повышение корпоративной культуры;
- организация корпоративного досуга (тренинги на сплочение коллектива, спортивные мероприятия);

- обучение сотрудников;
- повышение привлекательности условий труда;
- увольнение некомпетентных сотрудников;
- устранение конфликтных ситуаций и панибратства.

Литература:

1. Beer, M. Organization Change and Development: A System View. Scott — Glenview: Foresman & Co, 1980.
2. SWOT Analysis for Management Consulting by Albert S. Humphrey // SRI Alumni Association Newsletter • December 2005

Теоретические основы разработки и реализации стратегии фирмы

Ронова Галина Николаевна, кандидат экономических наук, доцент;

Конева Дарья Александровна, студент;

Яковлева Виктория Николаевна, студент

Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова

С того момента как впервые появился термин «стратегическое управление» этой теме было посвящено большое количество статей в журналах, выпущено десятки книг, были разработаны разнообразные методы решения «стратегических» проблем». В настоящее время в нашей стране все большей популярностью пользуются современные технологии стратегического управления. Это связано в первую очередь с тем, что этот инструмент позволяет организации развиваться в строго заданном направлении и по итогу получать отличные результаты. Сегодня изучение формирования финансовой политики предприятия является очень актуальным вопросом. Ввиду того, что грамотно составленная стратегия позволяет решать текущие проблемы компании.

По И. Ансоффу формулирование стратегий состоит из определенных решений таких, как: внутренняя оценка фирмы; оценка внешних возможностей; формулировка целей и выбор задач; решение о портфельной стратегии; конкурентная стратегия; создание альтернативных проектов, их отбор и реализация. [1.208 с]

М. Мескон делит, процесс формирования стратегии состоит на девять шагов, таких как: разработка миссии и целей фирмы; оценка и анализ внешней среды; управленческое обследование сильных и слабых сторон; анализ и выбор стратегических альтернатив; реализация и оценка стратегии. [2. 416 с]

Все это говорит о том, что в науке нет однозначного определения финансовой стратегии, но все же если обобщить определения, которые можно встретить в литературе, то можно сказать, что финансовая стратегия — это своеобразный план действий предприятия, который охватывает планирование финансов для обеспечения стабильности. Этого можно достичь с помощью формирования и выбора эффективных путей достижения поставленных целей.

Основными задачами финансовой стратегии является, во-первых, определение способов плодотворного ис-

пользования возможностей; во-вторых финансовое обеспечение операционной и инвестиционной деятельности; в-третьих изучение экономических и финансовых возможностей вероятных конкурентов.

Как правило, предприятия, разрабатывая стратегию, руководствуются основными принципами:

- рассмотрение предприятия как открытой социально-экономической системы, способной к самоорганизации;
- финансовая стратегия должна быть взаимосвязана с функциональными стратегиями;
- финансовая стратегия сама оказывает существенное влияние на формирование стратегического развития операционной деятельности предприятия.

Существует множество стратегий, применяемых в теории стратегического управления, но их разнообразие стратегий весьма затрудняет их классификацию. Среди классификационных признаков стратегии предприятия существенны такие признаки, как: уровень принятия решений; базовая концепция достижения конкурентных преимуществ; стадия жизненного цикла отрасли; относительная сила отраслевой позиции организации; степень «агрессивности» поведения организации в конкурентной борьбе; стремление высшего руководства к повышению статуса предприятия в отрасли.

Еще одним фактом, который усложняет классификацию является то, что большинство стратегий не могут быть однозначно определены по одному из признаков. Авторы книги «Основы стратегического управления» Забелин П. В. и Моисеева Н. К. предлагают классифицировать все стратегии по трем признакам [6. 86 с].

- принадлежность к пяти основополагающим стратегиям достижения конкурентных преимуществ;
- принадлежность к стратегии управления портфелем сфер бизнеса;
- принадлежность к стратегиям, применяемым в зависимости от внешних и внутренних условий.

В стратегическом управлении существует четыре уровня стратегии:

Корпоративный, данный уровень зачастую можно увидеть в компаниях, которые работают в нескольких сферах бизнеса. Принимаются такие решения, как продажи, ликвидация, перепрофилировании отдельных сфер бизнеса, осуществляется глобальное управление финансовыми ресурсами.

Сферы бизнеса считается уровнем первых руководителей независимых организаций или входящих в состав диверсифицированных организаций, отвечающих за разработку и реализацию стратегии сферы бизнеса.

Функциональный считается уровнем руководителей функциональных сфер, финансов, маркетинга, производства и т.д.

Линейный считается уровнем руководителей подразделений организации или представительств, филиалов.

Принцип иерархической подчиненности координирует стратегическое управление на всех уровнях. Стратегический план нижнего уровня должен разрабатываться на основе стратегического плана, как правило, первого верхнего уровня.

Следующим важным этапом является работа по реализации финансовой стратегии. Многие ведущие специалисты в области стратегического управления считают, что разработать стратегическую программу легче, на практике же все оказывается намного сложнее. Именно поэтому реализации финансовой стратегии предприятия как заключительный этап требует соответствующего внимания.

Для процесса реализации финансовой стратегии можно выделить следующие особенности:

Управление реализацией направлено в первую очередь не на осуществление всех стратегических решений, а на достижение основной цели его финансовой деятельности. Это связано с тем, что в условиях сегодняшней ситуации в стране отдельные решения зачастую теряют свою актуальность и заменяются на новые, но основные цели

все таки носят стабильный характер и меняются только тогда, когда меняются цели базовой стратегии. На следующем этапе предусматривает исправление ошибок, которые были допущены на этапе разработки. Далее происходит смещение акцентов стратегического финансового управления предприятием. На предыдущих этапах этот процесс носил более аналитический характер, то на этапе реализации стратегии основные управленческие усилия приобретают характер непосредственных действий. В завершении осуществляется сравнение достигнутых результатов с запланированными.

При реализации стратегии одни и те же управленческие решения в похожих ситуациях, воспроизводимые разными компаниями, а иногда и одной и той же фирмой, но в разный отрезок времени не всегда приводят к одинаковым результатам, а зачастую даже наоборот. Данную ситуацию можно объяснить тем, что для каждой компании в первую очередь все же необходим свой индивидуальный подход. Для того чтобы выбранная стратегия в будущем привела к успешной реализации необходимо, что бы сотрудники четко понимали поставленную цель фирмы и были неформально вовлечены в процесс выполнения стратегий. Руководство в свою очередь должно своевременно обеспечивать ресурсами и иметь четкий план реализации стратегии в виде целевых установок. Следует отметить, что стратегии развития предприятия, их разработка, выбор и программа выполнения это составной — наиболее ответственный этап стратегического управления, важнейшая функция в управлении организации, обеспечивающая длительную жизнеспособность организации в изменяющихся условиях. В стратегическом управлении стратегия понимается как «долгосрочное качественное определенное направление развития организации, касающееся сферы, средств и формы ее деятельности, системы взаимоотношений внутри организации, а также позиции организации в окружающей среде, приводящее организацию к ее целям» [4. с. 88].

Литература:

1. Азоев, Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика/Г.Л. Азоев. — М.: Центр экономики и маркетинга, 2005. — 208 с.
2. Ансофф, И. Новая корпоративная стратегия/И. Ансофф. — СПб: Питер Ком, 2000. — 416 с.
3. Бланк, И.А. Финансовая стратегия предприятия, 2004
4. Виханский, О.С., Наумов А.И. Менеджмент: Учебник. — М.: Гардарики, 2008. — 528 с.
5. Дедюкина, В.В., Ронова Г.Н. Роль финансовой стратегии в управлении предприятием/Сборник научных трудов профессорско-преподавательского состава, аспирантов и магистров кафедры Банковского дела и финансового менеджмента. Москва. 2015. с. 175—181
6. Забелин, П.В., Моисеева Н.К. Основы стратегического управления: Учеб. пособ. — М.: Маркетинг, 2007. — 86 с.
7. Стратегическое планирование: Учебник/Под ред. Э.А. Уткина. — СПб: Питер, 2008. — 312 с.
8. Фатхутдинов, Р.А. Стратегический менеджмент. М.: ЗАО «Бизнес — школа «Интел-Синтез», 2008. — 246 с.
9. Хазбиев, А. Небесная диалектика // Эксперт. — 2009. — № 10 — с. 48—51.

Эконометрическое моделирование влияния социально-экономических факторов на объем налоговых поступлений в бюджет РФ

Рыскаль Никита Васильевич, магистрант
Оренбургский государственный университет

В статье рассматриваются теоретические аспекты налоговых поступлений и налогового потенциала, взаимосвязи социально-экономических показателей и объемов налоговых сборов, представлены факторы, оказывающие влияние на объем налоговых доходов. Разработана эконометрическая модель влияния социально-экономических факторов на объемы налоговых поступлений. В качестве доказательной базы используется модель, построенная в рамках регрессионного анализа, далее оценивается статистическая значимость построенной модели. В заключении делаются выводы относительно степени влияния рассматриваемых факторов и дальнейшего развития сложившихся закономерностей.

Ключевые слова: налоговые поступления, налоговый потенциал, дифференциация, факторы, регрессия, эконометрическое моделирование.

Проблема налогов как главного источника доходной части бюджета любой страны всегда была актуальной и вызвала широкие дискуссии в научных кругах. Переход к рыночной экономике, социально-экономические преобразования в России в последние десятилетия повысили интерес к данной проблеме.

В отечественной литературе в последние годы уделяется большое внимание теме налогов. В большом количестве трудов рассмотрены эволюция налогообложения и история развития налоговой системы России и зарубежных стран. Данные вопросы рассматривались в работах С.Г. Пепеляева, И.В. Горского, Д.Г. Черника и других. Организационно-правовые вопросы налоговой системы, сущность и функции налогов, основные нормативно-правовые акты в области налогообложения рассмотрены в работах Н.К. Дворецковой, В.И. Гуреева, С.Г. Пепеляева, Л.Г. Барановой, Д.Д. Бутакова и др.

Налоги являются необходимым звеном экономических отношений в обществе с момента возникновения государства, и, вводя налоги, любое государство, обычно, преследует две основные цели (Рис. 1).

Прогнозирование налоговых поступлений является одним из элементов налогового менеджмента как системы управления социально-экономическим развитием страны и ее регионов и ориентировано на максимально возможный уровень взимания налогов и сборов. Показателем, характеризующим данную величину, служит налоговый потенциал. Под налоговым потенциалом в мировой практике обычно понимают «потенциальный бюджетный доход на душу населения, который может быть получен органами власти за финансовый год, при применении единых на всей территории страны условий налогообложения». [1, с. 29]

Также можно выделить фискальный подход к толкованию понятия «налоговый потенциал» как максимально возможной суммы налоговых платежей на данной территории; межбюджетный подход — как потенциальный доход бюджета на душу населения, который может быть получен посредством реализуемых межбюджетных отношений; ресурсный подход — как ресурсы, подлежащие аккумулированию в бюджет через налоговые платежи. Показатель налогового потенциала может быть рассчитан для страны в целом, ее регионов в отдельности, той или иной сферы экономической деятельности, конкретного предприятия (иными словами на макро-, мезо- и микроуровне).

При оценке налогового потенциала региона и прогнозировании его динамики на перспективу целесообразно разграничивать два аспекта данного понятия: налоговый потенциал в узком и широком смысле. В узком смысле налоговый потенциал — это финансовые ресурсы, которые подлежат аккумулированию в бюджет через налоговые платежи в соответствии с действующей в стране системой налогообложения. Под налоговым потенциалом в широком смысле понимается совокупность финансовых ресурсов, которая может быть эффективно мобилизована через налогообложение в системе «население — хозяйство — территория», в координатах которой протекают основные процессы жизнедеятельности общества в границах региона. Выбор того или иного аспекта рассмотрения налогового потенциала региона зависит от решаемой задачи. [5, с. 4]

На величину налогового потенциала и налоговых поступлений региона оказывают влияние множество объективных и субъективных факторов. В первую очередь, налоговый потенциал определяется составом и структурой налоговой системы, то есть его величина зависит от многообразия объектов налогообложения, степени их охвата системой налогообложения. И.А. Кабакова среди факторов, которые влияют на уровень налоговых поступлений в бюджет, выделяет показатель деловой активности, для оценки которого использует значение годового ВВП, и величину теневого сектора. В условиях кризиса также необходимо учитывать факторы, оказывающие большое влияние на налогооблагаемую базу: неплатежи в экономике, удельный вес убыточных предприятий, задолженность по заработной плате и т.д. Но не сле-



Рис. 1. Основные цели налогообложения

дует пренебрегать и субъективными факторами, такими как эффективность работы налоговых органов относительно собираемости налогов и сборов, уровень налоговой культуры граждан. Также к субъективным факторам следует отнести эффективность деятельности местных органов власти по повышению налоговой активности региона с помощью результативного использования механизмов стимулирования повышения эффективности хозяйствования, способствующих расширению налоговой базы.

Моделирование налогового потенциала и налоговых поступлений в бюджеты разных уровней может осуществляться разными методами, в том числе с использованием регрессионных моделей, которые позволяют учесть влияние одного или нескольких признаков-факторов, представленных, например, показателями комплексного социально-экономического развития территории. Методы корреляционно-регрессионного анализа позволяют в известной мере оценить влияние того или иного учтённого признака-фактора на результативный признак и включить его в модель (либо исключить). [7, с. 13] В нашем случае в качестве результативного фактора будут выступать налоговые доходы бюджета (y), в качестве факторов, оказывающих влияние — инвестиции в основной капитал (x_1), валовой региональный продукт (x_2), численность экономически активного населения (x_3), среднедушевые денежные доходы населения (x_4), объем добычи полезных ископаемых (x_5), удельный вес убыточных организаций (x_6), кредиторская задолженность организаций (x_7), сальдированный финансовый результат деятельности организаций (x_8).

После расчета парных коэффициентов корреляции было выяснено, что значимое влияние на доходы бюджета оказывают лишь инвестиции в основной капитал, валовой региональный продукт, численность экономически активного населения и среднедушевые денежные доходы населения. Далее в результате проведения пошаговой регрессии из модели была исключена переменная x_2 (ВРП).

Таким образом, после проведенных расчетов получили следующую оценку модели регрессии:

$$\hat{y} = -54307,5 - 0,0384x_1 + 89,413x_3 + 2,765x_4 \quad \bar{R}^2 = 0,889$$

$$(10233,1) (0,0176) (5,091) (0,471)$$

Модель регрессии значима ($F_{\text{набл.}}(3;72) = 201,856$), p -значение $5,77 \cdot 10^{-35}$, следовательно, уравнение значимо, т.к. $F_{\text{набл.}} > F_{\text{кр.}}$; коэффициенты при всех переменных так же значимы. Коэффициент детерминации составляет 0,89,

Таблица 1. Прогнозное значение доходов бюджета

| Варианты прогноза | x_1 | x_3 | x_4 | Точечный прогноз | -95,0% ДП | +95,0% ДП |
|-------------------|---------|-------|-------|------------------|-----------|-----------|
| Максимум | 1502415 | 3900 | 42463 | 354179,9 | 321520,0 | 386839,8 |
| Минимум | 11749 | 99 | 11311 | -14634,5 | 25806,5 | -3462,5 |
| Среднее | 145452 | 864 | 21689 | 77348,9 | 72377,6 | 82320,2 |

т. е. 89 % вариации доходов консолидированного бюджета обусловлено вариацией инвестиций в основной капитал, численности экономически активного населения и среднедушевых денежных доходов населения, а 11 % вариации объясняется неучтенными в модели факторами.

Согласно данной модели, при сокращении инвестиций в основной капитал на 1 млн. рублей доходы бюджета увеличатся в среднем на 0,0384 млн. рублей, при увеличении экономически активного населения на 1 тыс. человек доходы бюджета увеличатся в среднем на 89,413 млн. рублей, а при увеличении среднедушевых доходов населения на 1 рубль бюджетные поступления увеличатся в среднем на 2,765 млн. рублей.

На основе полученной модели можно также проводить имитационные расчеты, вводя различные значения факторов и получая теоретические значения зависимой переменной. Для прогнозирования неизвестных значений зависимой переменной воспользуемся оцененным регрессионным уравнением и проведем экстраполирование значений доходов бюджета при различных вариантах объема инвестиций в основной капитал, экономической активности населения и среднедушевых доходов населения. Результаты проведенных расчетов представлены в таблице 1.

Таким образом, проведя исследования, можно сделать вывод, о наличии сильной связи между доходами бюджетов субъектов и рассмотренными факторами (численностью экономически активного населения, инвестициями в основной капитал, среднедушевыми доходами населения).

В заключение необходимо отметить, что прогнозирование макроэкономических показателей имеет ключевое значение для формирования и реализации приоритетов социально-экономического развития регионов и страны. Региональный прогноз может использоваться в качестве информационной основы для разработки концепций, программ и стратегических планов как локального уровня, так и государства в целом.

Литература:

1. Богачева, О.В. Налоговый потенциал и региональные счета/О.В. Богачева // Финансы. — 2000. — № 2. — с. 29–32.
2. Горобец, Ю.А. Налоговый потенциал как основа прогнозирования налоговых поступлений/Ю.А. Горобец // Региональная экономика: теория и практика. — 2009. — № 21. — с. 52–56.
3. Кирина, Л. С. Оценка направлений совершенствования налоговой политики в Российской Федерации/Л. С. Кирина // Налоги и налогообложение. — 2014. — № 5. — с. 476–489.
4. Коломиец, А. Л. О понятиях налогового и финансового потенциалов региона/А. Л. Коломиец, А. Д. Мельник // Налоговый вестник. — 2000. — № 1. — с. 3–5.
5. Панова, Н. Ф. Прогнозирование налоговых поступлений от крупнейших налогоплательщиков Оренбургской области на основе структурного подхода/Н. Ф. Панова, А. Ф. Сатлыкова // Современные информационные технологии в науке, образовании и практике: VII всероссийская науч.-практ. конф. с междунар. участием/М-во образования и науки РФ; ОГУ. — Оренбург: ГОУ ОГУ, 2008. — с. 727–729.
6. Прокофьев, В. А. Предпосылки и условия развития детерминированного факторного анализа (проблемы науки «экономический анализ»)/В. А. Прокофьев, В. В. Носов, Т. В. Саломатина // ЭТАП: Экономическая теория, Анализ, Практика. — 2014. — № 4. — с. 134–145.
7. Скляр, А. В. Моделирование региональных бюджетных доходов от НДС/А. В. Скляр, А. Н. Цацулин // Общество. Среда. Развитие (Terra Humana). — 2011. — № 1. — с. 13–18.
8. Цыпин, А. П. Конкурентоспособность в банковской сфере России/А. П. Цыпин // Вестник магистратуры. — 2012. — № 5. — с. 90–91.
9. Цыпин, А. П. Эконометрическое моделирование влияния факторов на ВВП стран-членов Таможенного союза // Экономика, экология и общество России в 21-м столетии: сб. науч. трудов 17-й Международной науч.-практич. конф. Санкт-Петербург, 2015. с. 43–45.

Роль иностранных инвестиций в инновационном развитии России

Сивцова Надежда Федоровна, старший преподаватель
Белгородский государственный национальный исследовательский университет

Россия играет немаловажную роль в международных инновационно-инвестиционных процессах. В соответствии с отчетом, опубликованном ЮНКТАД (конференции Организации Объединенных Наций по торговле и развитию) «WorldInvestmentReport» 2014, Россия находилась на третьем месте в мире по объему поступивших иностранных инвестиций по итогам 2012 и 2013 года.

Объем поступивших в Россию иностранных инвестиций составил 79 и 51 млрд. долл. соответственно в 2012 и 2013 году. В 2014 году внешние требования уменьшились на 167,0 млрд. долл., или на 11,3%. Это первое столь масштабное снижение с 2008 года, ключевую роль в котором сыграла отрицательная переоценка в сумме 150,8 млрд. долл. США, обусловленная значительным укреплением доллара. Совокупный объем иностранных активов Российской Федерации на 1 января 2015 года составил 1307,6 млрд. долл. [3, С. 78].

В 2014 году ряд факторов оказал отрицательное влияние на инновационно-инвестиционное развитие России, среди них можно выделить [4]:

— последствия мирового экономического кризиса, связанные с замедлением развития экономики некоторых стран;

— воздействие сезонных колебаний в результате замедления потребительского спроса из-за больших долговых нагрузок населения;

— высокие инвестиционные риски за счет значительного колебания цен на нефть;

— нестабильность в политической и экономической конъюнктуре в различных регионах мира.

Объем иностранных инвестиций, поступивший в российскую экономику, и оценка его динамики представлены в табл. 1.

Анализ данных представленных в таблице 1 показывает, что в структуре притока иностранных инвестиций общей тенденции нет. По одним позициям можно отметить устойчивый рост, а по другим неустойчивое развитие.

Рост прямых иностранных инвестиций характеризуется фактическим изменением с 18415 млн. долл. (2011 г.) до 26118 млн. долл. (2013 г.). При этом в их составе наблюдается стремительный рост кредитной составляющей

Таблица 1. Поступление иностранных инвестиций по типам, млн. долл. США

| | 2011 | 2012 | 2013 | Откл. (+/-) 2012 г. к 2011 г. в % | Откл. (+/-) 2013 г. к 2012 г. в % |
|---|--------|--------|--------|---|---|
| Инвестиции | 190643 | 154570 | 170180 | 81,1 | 110,1 |
| из них: | | | | | |
| прямые инвестиции | 18415 | 18666 | 26118 | 101,4 | 139,9 |
| в том числе: | | | | | |
| взносы в капитал | 9080 | 9248 | 9976 | 101,9 | 107,9 |
| лизинг | 163 | 3 | 4 | 1,8 | 133,3 |
| кредиты, полученные от зарубежных совладельцев организаций | 7495 | 7671 | 14581 | 102,3 | в 1,9 раз |
| прочие прямые инвестиции | 1677 | 1744 | 1557 | 104,0 | 89,3 |
| портфельные инвестиции | 805 | 1816 | 1092 | в 2,3 раза | 60,1 |
| в том числе: | | | | | |
| акции и паи | 577 | 1533 | 895 | в 2,7 раза | 58,4 |
| долговые ценные бумаги | 219 | 282 | 186 | 128,8 | 66,0 |
| прочие инвестиции | 171423 | 134088 | 142970 | 78,2 | 106,6 |
| в том числе: | | | | | |
| торговые кредиты | 27775 | 28049 | 27345 | 101,0 | 97,5 |
| прочие кредиты | 139931 | 97473 | 113950 | 69,7 | 116,9 |

Источник: рассчитано по материалам [5]

¹ Выполнено в рамках государственного задания высшим учебным заведениям по научному направлению «Методология и инструментарий интенсификации интеграционного взаимодействия субъектов инновационной составляющей экономики», НИУ «БелГУ», № 315.

Таблица 2. Структура иностранных инвестиций по видам экономической деятельности, млн. долл. США

| | 2011 | 2012 | 2013 | Откл. (+/-) 2012 г. к 2011 г. в % | Откл. (+/-) 2013 г. к 2012 г. в % |
|--|--------|--------|--------|---|---|
| Всего | 190643 | 154570 | 170180 | 81,1 | 110,1 |
| Обрабатывающие производства | 41086 | 49230 | 89789 | 119,8 | 182,4 |
| Оптовая и розничная торговля; Ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования | 24456 | 25379 | 31030 | 103,8 | 122,3 |
| Финансовая деятельность | 86885 | 43395 | 20121 | 49,9 | 46,4 |
| Добыча полезных ископаемых | 18634 | 18504 | 11421 | 99,3 | 61,7 |
| Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг | 9237 | 10035 | 9717 | 108,6 | 96,8 |
| Транспорт и связь | 5943 | 4622 | 4759 | 77,8 | 103,0 |
| Строительство | 1958 | 850 | 723 | 43,4 | 85,1 |
| Производство и распределение электроэнергии, газа и воды | 1425 | 1821 | 1636 | 127,8 | 89,8 |
| Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство | 638 | 624 | 610 | 97,8 | 97,8 |
| Предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг | 188 | 144 | 87 | 76,6 | 60,4 |
| Гостиницы и рестораны | 99 | 76 | 59 | 76,8 | 77,6 |
| Здравоохранение и предоставление социальных услуг | 42 | 177 | 194 | 421,4 | 109,6 |
| Рыболовство, рыбоводство | 25 | 65 | 30 | 260,0 | 46,2 |
| Государственное управление и обеспечение военной безопасности; обязательное социальное обеспечение | 25 | - | - | - | - |
| Образование | 2 | 2 | 1 | 100,0 | 50,0 |

Источник: рассчитано по материалам [5]

(кредиты, полученные от зарубежных совладельцев организаций) с 7495 млн. долл. (3,9%) (2011 г.) до 14581 млн. долл. (8,6%) (2013 г.). Так же необходимо сказать об увеличении доли прямых иностранных инвестиций в общем объеме иностранных инвестиций с 9,7% (2011 г.) до 15,4% (2013 г.).

Чтобы понять роль иностранных инвестиций в российской экономике необходимо рассмотреть их распределение по отраслям и различным видам экономической деятельности. Распределение иностранных инвестиций по видам экономической деятельности представлено в таблице 2.

Согласно данным, представленным в таблице 2, можно сказать, что в отраслевой структуре поступивших иностранных инвестиций в экономику России произошли значительные изменения:

— возросли вложения в обрабатывающие производства с 41086 млн. долл. (2011 г.) до 89789 млн. долл. (2013 г.), а также в здравоохранение и предоставление социальных услуг с 42 млн. долл. (2011 г.) до 194 млн. долл. (2013 г.), в оптовую и розничную торговлю; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования с 24456 млн. долл. (2011 г.) до 31030 млн. долл. (2013 г.);

— довольно резкое снижение притока инвестиций наблюдается в финансовой деятельности с 86885 млн. долл. (2011 г.) до 20121 млн. долл. (2013 г.) и в государственном управлении и обеспечении военной безопасности; обязательном социальном обеспечении с 25 млн. долл. (2011 г.) до 0 долл. (2013 г.), подобная тенденция наблюдается в добыче полезных ископаемых с 18634 млн. долл. (2011 г.) до 11421 млн. долл. (2013 г.), транспорте и связи с 5943 млн. долл. (2011 г.) до 4759 млн. долл. (2013 г.), строительстве с 1958 млн. долл. (2011 г.) до 723 млн. долл. (2013 г.), предоставлении прочих коммунальных, социальных и персональных услуг с 188 млн. долл. (2011 г.) до 87 млн. долл. (2013 г.), услуг гостинично-ресторанного бизнеса с 99 млн. долл. (2011 г.) до 59 млн. долл. (2013 г.);

— остальные виды деятельности несущественно изменились, так операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг в 2011 г. привлекло 9237 млн. долл., а в 2013 г. 9717 млн. долл.; производство и распределение электроэнергии, газа и воды в 2011 г. — 1425 млн. долл., а в 2013 г. 1636 млн. долл.; сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство в 2011 г. — 638 млн. долл., а в 2013 г. 610 млн. долл.; рыболовство, рыбоводство в 2011 г. — 25 млн. долл., а в 2013 г. 30 млн. долл.; образование в 2011 г. — 2 млн. долл., а в 2013 г. 1 млн. долл.

Таким образом, лидерами по привлечению иностранных инвестиций стали: обрабатывающее производство; добыча полезных ископаемых; оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования; финансовая деятельность.

Вызванное столь сильное увеличение притока иностранного капитала в обрабатывающие производства можно объяснить тем, что обрабатывающие производства особо перспективные и развивающиеся виды деятельности в современных условиях российской экономики. Именно в этих отраслях реализуется наибольшее число инвестиционных проектов, которые и привлекают иностранных инвесторов, что, соответственно, повлекло отток инвестирования из других сфер экономической деятельности.

Страновая структура иностранных инвестиций по отраслям имеет диспропорцию и крайне невыгодна для российской экономики, поскольку концентрация зарубежного капитала только в определенных видах экономической деятельности не дает возможности для развития других сфер экономики страны.

Ведущими странами-инвесторами в экономику Россию, доля которых в общем объеме накопленных иностранных инвестиций составляет 80 %, являются Кипр, Нидерланды, Люксембург, Германия, Великобритания и Франция.

Динамика накопленных иностранных инвестиций в экономике России по основным странам-инвесторам за 2011–2013 гг. представлена в таблице 3.

По данным таблицы 3 видно, что ведущей страной-инвестором в 2013 г. был Кипр, от которого поступило 22683 млн. долл. Сложившаяся ситуация не является благопри-

ятной, ввиду того, что Кипр входит в список оффшорных зон и о подобном иностранном инвестировании нельзя говорить как о надежном показателе инвестиционной привлекательности России. На втором месте в 2013 г. была Великобритания, объем инвестирования, которой составил 18862 млн. долл. по сравнению с 2011 г. 13104 млн. долл. Аналогичная ситуация отмечается в потоке инвестиций из Китая, Германии, Ирландии, Франции, Японии и объясняется тем, что на российском рынке существуют более 5000 иностранных компаний, которые основательно зафиксировались, такие как «Би-Пи», «Шелл» и т. п.

Люксембург занял третье место среди иностранных инвесторов в экономику Россию в 2013 г. и составил 16996 млн. долл. по сравнению с 2011 г. 4682 млн. долл. Такому резкому увеличению инвестирования (в 3,6 раза) может быть причина тесного экономического сотрудничества Люксембурга и России, а именно, совместные проекты в различных видах экономической деятельности: медицина и здравоохранение, металлургия, новые технологии, финансовая сфера, энергетика, связь и информатизация, автомобильная промышленность.

Необходимо отметить, что около 50–60 % всех инвестиций, поступающих из-за рубежа, по происхождению являются российскими, хотя официально считаются иностранными. А вот почти 90 % всех иностранных инвестиций, при более тщательном рассмотрении, оказались зарубежными кредитами и займами, которые не направляются на модернизацию отечественной экономики и основных фондов России. Кроме того, меньшая часть зарубежных инвестиционных ресурсов направляется в основной капитал, при этом большая часть распределяется на следующее: реализацию финансовых спекуляций, ре-

Таблица 3. Объем накопленных иностранных инвестиций в экономике России по основным странам-инвесторам, млн. долл. США

| | 2011 | 2012 | 2013 | Откл. (+/-) 2012 г. к 2011 г. в % | Откл. (+/-) 2013 г. к 2012 г. в % |
|---|--------|--------|--------|---|---|
| Всего инвестиций, включая объем иностранных инвестиции из государств-участников СНГ | 190643 | 154570 | 170180 | 81,1 | 110,1 |
| из них по основным странам-инвесторам | 76735 | 84036 | 115850 | 109,5 | 137,9 |
| в том числе: | | | | | |
| Кипр | 20268 | 16455 | 22683 | 81,2 | 137,8 |
| Нидерланды | 16817 | 21126 | 14779 | 125,6 | 70,0 |
| Люксембург | 4682 | 11523 | 16996 | в 2,7 раза | 147,5 |
| Китай | 1888 | 740 | 5027 | 39,2 | в 6,8 раз |
| Великобритания | 13104 | 13490 | 18862 | 102,9 | 139,8 |
| Германия | 10264 | 7202 | 9157 | 70,2 | 127,1 |
| Ирландия | 2033 | 4671 | 6757 | в 2,3 раза | 144,7 |
| Франция | 4353 | 4193 | 10309 | 96,3 | в 2,5 раза |
| Япония | 1243 | 1135 | 2624 | 91,3 | 231,2 |

инвестирование предыдущих кредитов и займов, расширение оборотного капитала, увеличение материально-технических запасов.

Если положение дел в ближайшее время кардинально не изменится, то вероятнее всего, усилится долговая зависимость от внешнего капитала, произойдет рост убытков вследствие участия в системе неравноценного внешнеэкономического обмена и десоверенизация государства.

Отметим, что Россия все еще не лишена потенциала в привлечении внимания участников инвестиционного процесса к увеличению инвестирования в основные фонды государства, посредством: усиления финансового надзора; ужесточения валютного законодательства; принятия мер по прекращению незаконного вывоза капитала; увеличения собираемости налогов, но ни в коем случае не увеличения размера налогов; ограничения величины нецелевого использования бюджетных средств; ликвидации незаконной предпринимательской деятельности

и теневой экономики; повышения прозрачности режима ведения бизнеса; более четкой согласованности денежно-кредитной и налогово-бюджетной политики; ликвидации такого явления как коррупция; устранения административных барьеров для ведения бизнеса; внедрения новых механизмов направления иностранного инвестирования в актуальные для экономики отрасли [1].

Таким образом, иностранные инвестиции, поступающие в российскую экономику, осуществляются кратко-срочно, а отраслевое их распределение крайне неравномерно. Поэтому возникает необходимость в разработке новых механизмов или моделей привлечения иностранных инвестиций в определенные виды экономической деятельности; корректировке потоков инвестирования в благоприятном для российской экономики направлении и позволить российским предприятиям выйти за пределы национального рынка.

Литература:

1. Булдакова, А.В. Привлекательность России для прямых иностранных инвестиций [Электронный ресурс]/А.В. Булдакова // Экономика и менеджмент инновационных технологий. — 2013. — № 1. — . — Режим доступа: <http://ekonomika.snauka.ru/>
2. Инвестиционный потенциал российских регионов в 2014 году [Электронный ресурс]. — «ЭКСПЕРТ РА» Рейтинговое агентство: [сайт]. М., 1997–2015 — . — Режим доступа: http://raexpert.ru/rankingtable/?table_folder=/region_climat/2012/invest.
3. Квашнина, И.А. Иностранные инвестиции в России: возможности и ограничения [Текст]/И.А. Квашнина // Российский внешнеэкономический вестник. — 2014. — № 12. — с. 78–91.
4. Петрова, Я.В. Ключевые проблемы привлечения иностранных инвестиций в экономику России [Электронный ресурс]/Я.В. Петрова // Научный журнал КубГАУ. — 2014. — № 102 (08). — . — Режим доступа: <http://ej.kubagro.ru/2014/08/pdf/080.pdf>
5. Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс]: [офиц. сайт]. — Инвестиции в Россию — Режим доступа: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/finans/dinrent.htm (дата обращения 04.11.2010).

Системный подход к выбору модели управления изменениями на предприятиях полиграфической отрасли

Стадникова Наталья Викторовна, аспирант
Южный институт менеджмента (г. Краснодар)

В статье рассматривается системный подход к поиску моделей управления изменениями на предприятиях полиграфической отрасли. Предложены варианты сохранения устойчивости работы предприятий в условиях постоянно меняющейся экономической среды.

Ключевые слова: управление изменениями, процесс, полиграфическое предприятие, межфирменные сети, диверсификация, логистика.

The text of article is devoted to questions of system approach to search of models of management of changes at the printing enterprises. Options of preservation of stability of functioning of the enterprises in the conditions of constantly changing economic environment are offered.

Keywords: management of changes, process, printing enterprise, intercompany networks, diversification, logistics.

Полиграфическая отрасль, как и многие другие направления экономики в области оказания услуг, находится в сложной кризисной ситуации, обусловленной общим экономическим спадом промышленности, финансовых рынков и рынком потребительского спроса. Предприятия отрасли вынуждены в одиночку справляться с такими кризисными явлениями как: увеличение цен на бумагу, расходных материалов, нехваткой квалифицированных специалистов в области менеджмента, недостаточное правовое государственное регулирование электронных торговых площадок. Осознание необходимости преобразований зачастую наступает тогда, когда руководство уже сталкивается с проблемой отсутствия заказов. Долгосрочная эффективность предприятий напрямую зависит от своевременной реакции на возможные экономические проблемы.

Предприятие, которое является микроуровневой социально-экономической системой, функционирует на базе пяти основополагающих процессах:

- метаболизма (обмен логистическими потоками между внутренней и внешней средами);
- репродукции (сохранение и преобразование структурных и организационных подсистем);
- эволюции (рост и развитие предприятия на основе принципов саморегулирования);
- гармонизация внутренней среды системы (согласованность подсистем, внутренняя целостность, отсутствие дезинтеграции);
- репликации (создание подобных организационных и производственных структур)

Эти процессы подчеркивают существование предприятия, как системы, в пространстве и времени. Данные процессы характеризуют универсальность системы по отношению к мегаэкономике, ограничивает ее временную длительность и определенность в пространстве. К тому же, каждая система представляет собой поле сольватации экономических, технических, инновационных, психологи-

ческих, культурных и мировоззренческих компонент, составляющих социально-экономический институт производственных отношений [2].

Общепринятые теории управления не дают конкретного ответа как поступать в той или иной кризисной ситуации, но позволяют создавать собственные модели управления изменениями с учетом краткосрочных и долгосрочных прогнозов.

Одним из вариантов сохранения предприятия в кризисных условиях автор предлагает рассматривать межфирменные сети. Межфирменные сети представляют собой совокупность устойчивых взаимосвязей между фирмами, подразумевают использование общей ресурсной базы. Такая организационная форма требует значительных инвестиций, но если объединение фирм-конкурентов позволит создать необходимые условия для выпуска нового продукта и задействованность групп компаний будет оптимальной и взаимовыгодной, то и результат экономической деятельности положительным. Такая модель управления изменениями позволит объединить вокруг одной доминирующей компании фирмы, соподчиненность которых позволит рационально использовать ресурсную базу обслуживания и специалистов. Например, дизайн-бюро, издательство и полиграфическое предприятие. Такая же модель может быть рассмотрена также для виртуальных организаций и для системы распространения полиграфической продукции и услуг. К преимуществам данной системы организации можно отнести интегрированность ресурсов и высокую адаптивность такой формы взаимодействия. Но по мере формирования и развития межфирменной сети повышается зависимость отдельных субъектов от доминанта и есть риск несанкционированного использования стратегически важной информации недобросовестными партнерами в случае выхода из сетевого объединения [1]. С точки зрения системного подхода, межфирменные сети, как социально-экономические системы, проходят через стадии репродукции, эволюции

и репликации. Такие сложносоставные экономические системы обязательно должны функционировать на базах планирования, нормирования и стратегий развития.

Системный анализ проблем управления изменениями автор предлагает рассматривать сквозь призму состояний и сред, в которых предприятие осуществляет свою хозяйственную деятельность (рис. 1)

Регулирование взаимодействия внутренней и внешней среды осуществляется через управленческие системы менеджмента и маркетинга. Прошлые и будущее состояние экономической системы регулируется процессами метаболизма через обмен входными и выходными логистическими потоками (рис. 2).

Чем больше полезностей создано в результате функционирования логистической системы предприятия, тем больше прирост стоимости выходных потоков произведенных товаров (услуг) по сравнению с затратами на входной поток материальных и иных ресурсов [3].

Исходя из предложенной Г.Б. Клейнером базовой типологии экономических систем и признаков их ограниченности и неограниченности по времени и в пространстве, существуют объектные, средовые, проектные и процессные системы. Таким образом, внутренняя среда предприятия — это процессная система, с определенными циклами развития; внешняя среда — средовая система, характеризующаяся систематизированностью и регламентируемостью существования; предприятие — это объектная система, как пример юридического образования, а деятельность предприятия в дискретные временные интервалы — это проектная система [2]. Системное взаимодействие, столь важное при выборе модели управления изменениями, будет устойчивым, если средовая система будет воздействовать через процессную на объект, обеспечивающий производственный процесс создания полезностей. Предприятие, как социально-экономическая система, обладающая широким внутренним многообразием

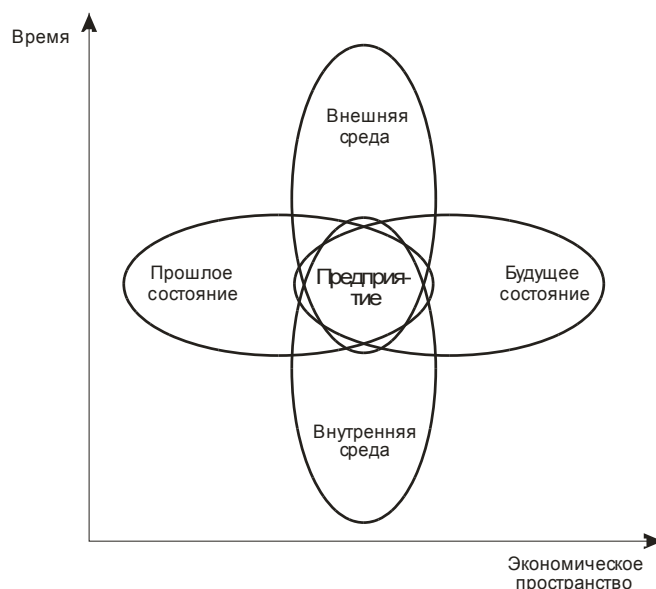


Рис. 1. Среда и состояния функционирования предприятия¹

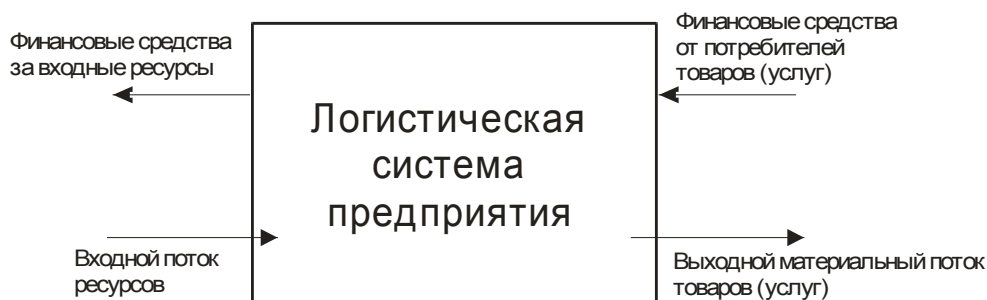


Рис. 2. Эффективность логистической системы предприятия²

¹ Составлен автором на основе: Г.Б. Клейнер. Развитие теории экономических систем и ее применение в корпоративном и стратегическом управлении.

² Составлен автором на основе: Крылова М.Д. Логистика в книжном деле: Конкретные ситуации: Учеб. пособие.

и внешней целостностью, включает в себя объектные, средовые, проектные и процессные подсистемы. Развивая и увеличивая данное многообразие совокупностей предприятие эволюционирует и становится более устойчивым к изменениям в экономическом пространстве.

Модель управления изменениями в рамках системного подхода может представлять собой и репликационный вариант развития предприятия, на базе имеющихся технологий, в виде концентрической диверсификации производства, оставаясь в рамках отраслевой направленности. Такой вид диверсификации обеспечит эффективное и рациональное использование всей ресурсной базы организации. Стратегия конвергенции в полиграфическом производстве обеспечит использование как нового оборудования, новых расходных материалов и технологий. Данная диверсификация представляет собой инвестиционный и инновационный процессы, позволяющие расширить возможности предоставляемых услуг.

Рассматривая предприятия полиграфической отрасли, которые сейчас подвержены системному кризису, автор обращает внимание на эффективность управления на всех уровнях системы, которая должно включать в себя:

— в производственной логистике — оптимизацию производственных процессов, оптимизацию затрат на тех-

ническое обслуживание и ремонт оборудования, анализ себестоимости продукции;

— в закупочной логистике — оптимизацию складских запасов, более тщательный выбор поставщиков;

— в распределительной логистике — гибкую ценовую политику и конкурентные цены, ориентацию на индивидуальность клиента, управление отношениями с заказчиками;

— в финансовой логистике — контроль основных показателей хозяйственной деятельности, снижение издержек, бюджетирование расходов;

— в кадровой логистике — эффективный менеджмент персонала [4].

Для принятия правильного решения при выборе модели управления изменениями, сегодня важно учитывать силу воздействия средств медиа коммуникаций на полиграфическое производство, и на этой основе определять стратегические направления развития предприятия. Одной из важнейших задач моделирования систем управления изменениями в хозяйствующих субъектах, является дальнейшее развитие теории и методологии управления производственными процессами. Использование необходимых и своевременных методов и инструментов управления изменениями позволит предприятиям избежать ситуаций вынужденного применения к ним антикризисных мер.

Литература:

1. Дробышевская, Л.Н. Межфирменное сетевое взаимодействие: сущность и формы / Л.Н. Дробышевская, И.Г. Ларионова // Российское предпринимательство: всероссийский научно-практический журнал по экономике. — 2013. — № 11 (233). — с. 14–18.
2. Клейнер, Г.Б. Развитие теории экономических систем и ее применение в корпоративном и стратегическом управлении // Препринт #WP/98/2010. — М.: ЦЭМИ РАН, 2010.
3. Крылова, М.Д. Логистика в книжном деле: Конкретные ситуации: Учеб. пособие / Моск. гос. ун-т печати. — М.: МГУП, 2003. — 166 с.
4. Полухина, А.Л., Стрельникова Е.В. Управление развитием полиграфического производства в условиях кризиса // Российское предпринимательство. — 2012. — № 23 (221). — с. 118–122.

Место и роль корпоративных университетов в российской и зарубежной практике коммерческих компаний

Сучков Сергей Дмитриевич, студент
Российский университет дружбы народов

В статье рассматриваются теоретические и практические аспекты управления корпоративными университетами. Подчеркивается важность инвестиций в обучение и развитие человеческих ресурсов на современном этапе, доказывается актуальность для российских компаний изучения работы зарубежных корпоративных университетов, как комплексной системы обучения и развития человеческих ресурсов организации. Рассматривается в качестве эталонного примера организации корпоративного университета университет компании «МАРС».

Ключевые слова: корпоративный университет, человеческие ресурсы, человеческий капитал, персонал, развитие и обучение человеческих ресурсов

Инвестиции в обучение и развитие человеческих ресурсов на современном этапе являются неотъемлемой частью современного бизнеса, поскольку представляются одной из ключевых составляющих его конкурентоспособности.

В условиях ускоренного устаревания профессиональных знаний, способность организации обеспечивать процесс непрерывного развития человеческих ресурсов является одним из ключевых факторов успеха. Человеческий капитал становится главным источником конкурентных преимуществ компаний, которые стремятся к устойчивому успеху и развитию. Однако наблюдается и противоположный тренд — нарастающий дефицит профессионалов, которые имеют высокий уровень подготовки, релевантный потребностям работодателя. В связи с этим компании озабочены тем, как гарантировать соответствие уровня подготовки кадров потребностям своего развития.

Рассматривая систему обучения и развития человеческих ресурсов, необходимо уделить внимание целой совокупности разнородных компонентов, которые при этом являются согласованными и взаимосвязанными, «усиливают» друг друга, и, в конечном счете, работают на достижение единых целей.

Система обучения эффективна лишь в том случае, если она тесно связана с важнейшими направлениями работы по управлению персоналом — системой стимулирования труда, работой с резервом на руководящие должности, программами развития персонала и др.

Профессиональное развитие оказывает положительное влияние и на самих сотрудников. Повышая квалификацию и приобретая навыки и знания, они становятся более конкурентоспособными на рынке труда и получают дополнительные возможности для профессионального роста как внутри своей организации, так и вне ее. Это особенно важно в современных условиях быстрого устаревания профессиональных знаний.

Современная практика обучения и развития человеческих ресурсов в российских компаниях достигла зна-

чительных результатов. Затраты на обучение и развитие персонала стали восприниматься как инвестиции в развитие человеческих ресурсов, которые способны принести положительный экономический эффект в будущем. Эффективность таких инвестиций выражается не только в увеличении доходов компании, но и в повышении лояльности и мотивации сотрудников в целом.

Можно так же отметить, что в современной практике отечественные компании довольно часто используют западный опыт без учета российской специфики, а также специфики самой компании. Как показывает мировой опыт, более эффективно разрабатывать собственные программы обучения в корпоративных университетах, где можно опираться на сформированные корпоративные нормы и традиции. Но в то же время, нельзя отказываться от имеющихся методов, которые, возможно, были сформированы ранее.

Корпоративное обучение за последние десять лет вошло практику работы большинства российских компаний. Руководители фирм не только сегодня признали необходимым инвестировать деньги в обучение персонала, но и проявляют инициативу в отношении внедрения той или иной образовательной программы. Для современных российских компаний представляется высокоэффективным с целью оптимизации деятельности собственной системы обучения и развития человеческих ресурсов более подробное изучение работы зарубежных корпоративных университетов как комплексной системы обучения и развития человеческих ресурсов организации.

В России корпоративные университеты появились в 90-х XX века, когда в страну с началом перестройки пришли самые сильные структуры такого профиля — школы иностранных компаний «British American Tobacco» и «МАРС», которые распространили опыт материнской компании на свои дочерние подразделения. Но постепенно процесс создания корпоративных университетов стал массовым и охватил практически все крупные компании.

Одними из первых отечественных компаний организовали свои университеты РАО «Норильский ни-

кель», «Магнитогорский металлургический комбинат», «Росгосстрах», «МТС», «Вымпелком», «Вимм-Билль-Данн», «ВТБ». Сегодня число корпоративных университетов в России превышает 30. Самый скромный корпоративный учебный центр обходится компании в сумму от 30 до 100 тыс. долл. Классический же университет создается 5–10 лет и требует совсем других инвестиций. [2]

Одной из основных проблем обучения и развития персонала в российских компаниях является то, что иначе воспринимается цель корпоративных университетов. Вместо того, чтобы стать «единой идеологической базой на основе стратегии компании», ее идеологическим, духовным, интеллектуальным центром, основным местом разработки стратегии, выбора оптимальных тактик деятельности, российские корпоративные университеты зачастую превращаются в комплексный набор эпизодических тренинговых программ.

В качестве примера организации корпоративного университета рассматривается компания «МАРС», эффективность работы которой выступает в качестве мирового эталонного примера уже более десяти лет. Когда перед компанией «МАРС» встала задача построить эффективную международную систему обучения и развития персонала, появилась необходимость в использовании наиболее современных идей и концепций. Университет компании «МАРС» является международным корпоративным проектом, созданным в 2006 году для объединения ресурсов корпорации в области развития и обучения в одну целостную систему, направленную на повышение эффективности работы сотрудников.

Компания «МАРС» обладает многолетней практикой развития и обучения персонала. По мере развития бизнеса в различных странах компании приходилось решать

все большее количество стратегических задач. Например, вводных программ о компании было около 80 (теперь это один единственный стандарт), а программ для менеджеров было более 200 (с появлением специализированного колледжа их стало более 20).

Таким образом, внутри корпоративного университета был разработан и отобран ряд методов, благодаря которым компания получила эффективный механизм обучения и развития персонала организации:

— Вовлеченность высшего руководства в процесс обучения персонала. По мнению руководства корпоративного университета компании, топ-менеджеры наилучшим образом осознают то, в каких навыках и знаниях нуждаются сотрудники и всегда готовы такими знаниями поделиться.

— Коучинговая культура. Благодаря зонтичной структуре ответственности в компании, часть ответственности за развитие сотрудника переносится на его линейного менеджера, что создает заинтересованность в профессиональном развитии сотрудника не только его самого, но и его руководства. Руководство компании, в свою очередь, обучают тренерскому мастерству с целью их эффективного взаимодействия.

— Принцип 70/20/10. Данный принцип означает, что вклад в обучение и развитие сотрудника происходит в пропорции 70% — участие в реальных проектах компании, 20% — при взаимодействии с менеджерами и только 10% — на тренинг программах и семинарах.

— Прозрачная карьерная лестница компании. В информации о иерархии должностей сотрудники компании всегда могут получить информацию о требованиях к каждой ступени карьеры. Планируя собственную карьеру, сотрудник может делать акцент в пользу изучения тех или иных областей профессиональных компетенций. [4]

Литература:

1. Дейнека, А. В., Беспалько В. А. Управление человеческими ресурсами. — М.: «Дашков и К°», 2013. 299 с.
2. Развитие персонала. Отечественный и зарубежный опыт [Электронный ресурс]/arbitr.ru/URL: http://arbitr.ru/articles/a_2087.htm (Дата обращения: 21.09.2015)
3. Зарубежный опыт обучения персонала. HR портал [Электронный ресурс]/<http://www.refi.su/>/URL: http://www.refi.su/help_66.html (Дата обращения: 21.04.2015)
4. Факторы успеха «Mars University» [Электронный ресурс]/www.trainings.ru/URL: <http://www.trainings.ru/library/exclusive/?id=9939> (Дата обращения: 28.04.2015)

Политико-правовая система привлечения иностранных инвестиций в Республику Южная Осетия

Тадтаев Дзамболат Мервадикивич, аспирант
Северо-Кавказский федеральный университет (г. Ставрополь)

Современная экономическая наука и управленческая практика свое внимание все больше фокусируют на выборе инновационного пути экономического развития государства, так как их конкурентоспособность все в большей степени зависит от новых технологий и инноваций.

Сдерживающие процессы и кризисные явления в экономике Республики Южная Осетия в течение продолжительного периода времени обострили многочисленные проблемы. Территориальная неопределенность приграничных районов, распад хозяйственных связей с бывшими республиками Советского Союза, непоследовательность в принятии законодательных и нормативных актов по различным вопросам государственного управления и регулирования экономических процессов привели к осложнению всей системы взаимоотношений в стране. Основные фонды различных отраслей морально и физически устарели. Промышленный, сельскохозяйственный и инфраструктурный потенциал, унаследованный с советских времен, нуждается не просто в восстановлении, а в коренной модернизации с учетом реалий XXI века [1, с. 187].

Если Республика Южная Осетия до признания государственного суверенитета и независимости боролась за выживание, то после признания, Российской Федерацией 26 августа 2008 года № 1261 и некоторыми другими государствами в качестве субъекта международного права, появились явные посылы для институциональных реформ, направленных на создание эффективной национальной экономики.

На данном этапе укрепления государственности, экономическая политика Республики Южная Осетия должна быть направлена на восстановление национальной экономики и обеспечение национальной безопасности. Концепция преимущественно исходит из Договора о дружбе, сотрудничестве и взаимной помощи между Российской Федерацией и Республикой Южная Осетия от 17 сентября 2008 года и Соглашения между Правительством Российской Федерации и Правительством Республики Южная Осетия об оказании помощи Республике Южная Осетия в социально-экономическом развитии от 26 августа 2009 года. Однако финансовая помощь, оказываемая Российской Федерацией Республике Южная Осетия не является достаточной для полномасштабных экономических процессов с законченными циклами. Поэтому основной упор следует делать на привлечение иностранных инвестиций и активизацию механизма инновационной деятельности.

Правовое регулирование инвестиционной деятельности в Республике Южная Осетия, включая и иностранные ин-

вестиции, осуществляется Законом Республики Южная Осетия «Об инвестиционной деятельности», принятый Парламентом Республики Южная Осетия 2 апреля 2014 года.

Фундаментальные правила по осуществлению иностранных инвестиций в Республике Южная Осетия подробно обозначены во второй главе закона, в точности: одним из основных принципов закона является привлечение иностранных инвестиций, а также создание условий для осуществления национальных инвестиций; иностранным инвесторам гарантируется режим не менее благоприятный, чем режим, предоставляемый национальным, за исключением случаев, когда законодательством Республики Южная Осетия устанавливаются отдельные особенности ограничительного характера; иностранным инвесторам предоставляется гарантия от экспроприации и национализации капитала, предоставляются налоговые льготы.

Важным упущением в законе является отсутствие реторсии, учитывая агрессивный настрой ближайшего южного соседа (Грузии) и дискриминационное отношение со стороны большинства развитых европейских стран. По мнению автора, реторсии следует внести в виде отдельной статьи в следующей редакции:

«Правительство Республики Южная Осетия может вводить ограничения либо полный запрет на осуществление инвестиционной деятельности в Республике Южная Осетия инвесторами отдельных государств в качестве ответной меры на дискриминационные действия или ограничительные меры властей этих иностранных государств по отношению к Республике Южная Осетия, ее гражданам или юридическим лицам в экономической сфере».

Зарубежный опыт показывает, что в любом достаточно развитом государстве существует строгая система защиты своих национальных рынков от чрезмерного проникновения иностранного капитала. При этом привлечение из-за рубежа финансовых и других ресурсов должна основываться на тщательно разработанной государственной концепции привлечения иностранных инвестиций.

Для разработки эффективной политики привлечения иностранных инвестиций в Республику Южная Осетия необходимо структурировать отрасли экономики с позиции целесообразности использования в них иностранного капитала. При этом необходимо выделить, по крайней мере, три группы отраслей, в которые:

- 1) запрещен доступ иностранного капитала;
- 2) доступ иностранного капитала ограничен и возможен только после получения лицензии;

3) возможен беспрепятственный доступ иностранного капитала.

Уполномоченный орган по реализации инвестиционной политики в Республике Южная Осетия должен осуществить отбор инвестиционных проектов с участием иностранных партнеров исходя из первоочередных государственных интересов, предусматривающих решение следующих задач:

1) ограничение доступа иностранного капитала в отрасли и предприятия, имеющие стратегическое значение (оборонно-промышленный комплекс, энергетика и др.), а также в отрасли, где необходимо проведение протекционистских мер с целью поддержания и развития собственных производителей;

2) развитие территориальных образований;

3) реализация крупных инвестиционных проектов, где без помощи иностранных инвесторов с их технологиями, деловым администрированием и финансовыми ресурсами не обойтись;

4) внедрение новых высокотехнологичных, экологически чистых производств, которые могли бы качественно поднять уровень эффективности производства и реструктурировать промышленность Республики Южная Осетия в целом.

При этом ограничение притока иностранных инвестиций в стратегически важные предприятия и отрасли, являющиеся естественными монополиями, совершенно необходимо для сохранения экономической безопасности страны.

Следует отметить, что на данный момент в Республике Южная Осетия работают уже две компании с иностранным капиталом: ЗАО «Остелеком», держателем контрольного пакета акций является российская компания ОАО «Мегафон» и БТК 4, уставный капитал в размере 100% принадлежит российскому холдингу легкой промышленности БТК групп.

В 2016 году в Республике Южная Осетия с участием иностранного капитала планируется строительство нового предприятия по выпуску мясной продукции, инициатором которого является российская группа компаний «Евродон». Также планируется организовать современное производство молочной продукции компанией ООО «Петрикор», на основе недостроенной в рамках Инвестиционной программы содействия социально-экономическому

развитию Республики Южная Осетия на 2012–2013 гг. товарно-молочной фермы в с. Аунеу, (Знаурский район Республики Южная Осетия).

Следующий этап разработки государственной политики в сфере привлечения иностранных инвестиций — это определение предельной доли иностранных капитальных вложений в экономику в течение конкретного периода времени. Можно определить и зафиксировать конкретный предельный объем иностранных инвестиций в экономику в зависимости от размера ВВП или объема валовых инвестиций.

По мнению автора, приоритетными направлениями привлечения иностранных инвестиций в экономику Республики Южная Осетия являются следующие:

— реализация крупных инвестиционных проектов;

— развитие и модернизация традиционной промышленной базы;

— организация новых производств, которые основываются на нетрадиционных для страны технологиях, способствующих разрешению структурных проблем экономики.

Реализация каждого из направлений использования иностранных инвестиций нуждается в разграничении степени государственного вмешательства. Осуществление крупных инвестиционных проектов требует как усилий со стороны органов государственного управления, так и жесткого государственного контроля.

Контроль со стороны Правительства Республики Южная Осетия должен быть опосредован финансовыми интересами не чиновников, а государства в целом. Помимо этого необходимо перейти к применению дифференцированных подходов, то есть оригинальных, адекватных способов инвестирования или их комбинации в зависимости от текущей ситуации, определяющей условия реализации того или иного проекта.

К позитивным последствиям иностранных инвестиций можно отнести приток достижений мирового научно-технического прогресса в национальную экономику. Вместе с тем имеются и негативные последствия. К их числу относятся, например, увеличение структурной безработицы, усугубление диспропорции в добывающего и производящего секторов экономики, ухудшение экологической обстановки, рост социального неравенства и т. д.

Выбор всегда остается за человеком.

Литература:

1. Тадтаев, Д. М. Исследование направлений формирования стратегии инновационно-инвестиционной политики Республики Южная Осетия [Текст]/Д. М. Тадтаев, Ю. И. Жевора // Молодой ученый. — 2014. — № 12. — с. 187–190.

Стратегическое управление нефтегазовыми компаниями с помощью системы сбалансированных показателей

Тасмуханова Альфия Еrsaиновна, кандидат экономических наук, доцент;
Кулембетова Альбина Раилевна, магистрант
Уфимский государственный нефтяной технический университет

Современные вертикально-интегрированные нефтяные компании (далее ВИНК) состоят из множества структурных подразделений, и для достижения их стратегических целей необходимо, чтобы функциональные стратегии и показатели всех этих операционных и сервисных подразделений были согласованы между собой.

Мощным инструментом для достижения указанной согласованности является созданная Р. Капланом и Д. Нортоном система сбалансированных показателей (далее ССП), которая позволяет координировать действия организаций с большим количеством подсистем и дает возможность сопоставлять глобальные цели компании с текущей деятельностью каждого подразделения. Кроме этого, ССП способствует максимально эффективному использованию имеющихся ресурсов, выявлению наиболее неэффективных звеньев в производственной деятельности компании и сокращению числа бесполезных операций, совершенствуя, таким образом, и процесс стратегического управления [1, с. 136].

Процесс разработки ССП непосредственно для ВИНК отличается от традиционного процесса, во-первых, своей непрерывностью: меняются стратегические цели, изменяется внешняя и внутренняя среда предприятия — следовательно, показатели ССП также должны постоянно обновляться; во-вторых, отраслевой спецификой нефтегазовых предприятий, которая также должна учитываться при разработке ССП.

Принимая во внимание вышесказанное, считаем целесообразным разработать алгоритм стратегического управления ВИНК с помощью ССП (рисунок 1).

На первом этапе данного алгоритма формируется стратегия ВИНК, которая обязательно должна базироваться на анализе имеющихся внутренних и внешних факторов, представляющих силу или слабость предприятия, а также возможностей и угроз внешней среды. Данный этап проводится с помощью SWOT-анализа, PEST-анализа, анализа TEMPLES, портфельных методов позиционирования стратегических единиц бизнеса и других классических инструментов стратегического анализа. Если сформированная стратегия ВИНК не учитывает взаимосвязи, представленные в полях SWOT-анализа, т. е. сильные стороны компании не способствуют реализации возможностей и ликвидации угроз внешней среды, требуется ее немедленный пересмотр и корректировка.

На втором этапе разработки ССП анализируется взаимосвязь заявленной стратегии ВИНК с целями ее структурных подразделений. Если цели структурных подразделений соответствуют заявленной стратегии ВИНК, значит,

взаимосвязь между ними существует, можно переходить к следующему этапу. Если взаимосвязь отсутствует, то необходимо скорректировать цели структурных подразделений в соответствии со стратегией ВИНК.

С учетом основной стратегии и заявленных целей подразделений ВИНК, формируется перечень КПЭ с разделением их на два блока: общие показатели для всей компании, которые являются результирующими и, как правило, контролируются на верхнем уровне управления; показатели по сегментам ВИНК, разработанные с учетом факторов, влияющих на деятельность каждого сегмента. Данные особенности нефтегазовой отрасли (факторы), влияющие на достижение стратегических целей подразделений и, соответственно, главной стратегии ВИНК, приведены в таблице 1.

Показатели, характеризующие деятельность ВИНК и отвечающие отраслевым особенностям, достаточно широко представлены в производственных программах их подразделений [2, с. 48]. Как правило, они свидетельствуют об эффективности того или иного процесса, но не показывают общей картины и не отражают взаимосвязь со стратегией компании. Для того чтобы эту взаимосвязь выявить, необходимо создать целостную систему с ориентацией на наиболее значимые и информативные показатели каждого производственного подразделения ВИНК.

Поэтому на следующем этапе предлагаемого алгоритма с помощью метода анализа иерархий производится отбор наиболее важных показателей подразделений ВИНК, которые удовлетворяют наибольшему количеству критериев.

Последовательность применения данного анализа следующая:

- 1) Составляется система критериев, с помощью которых будет проводиться отбор показателей из предложенного перечня КПЭ.
- 2) Методом попарного сравнения определяется удельный вес каждого критерия с точки зрения его важности (таблица 2).
- 3) Аналогичным образом по каждому критерию сравниваются предлагаемые показатели и определяются их нормированные суммы.
- 4) Определяется интегральная оценка каждого показателя путем произведения нормированной суммы каждого показателя по всем критериям на их удельные веса.

Далее обозначаются границы интегральных сумм (таблица 3).

Показатели, которые попали в установленные границы, представляют важность для стратегии компании в разрезе каждого вида деятельности и включаются в ССП.

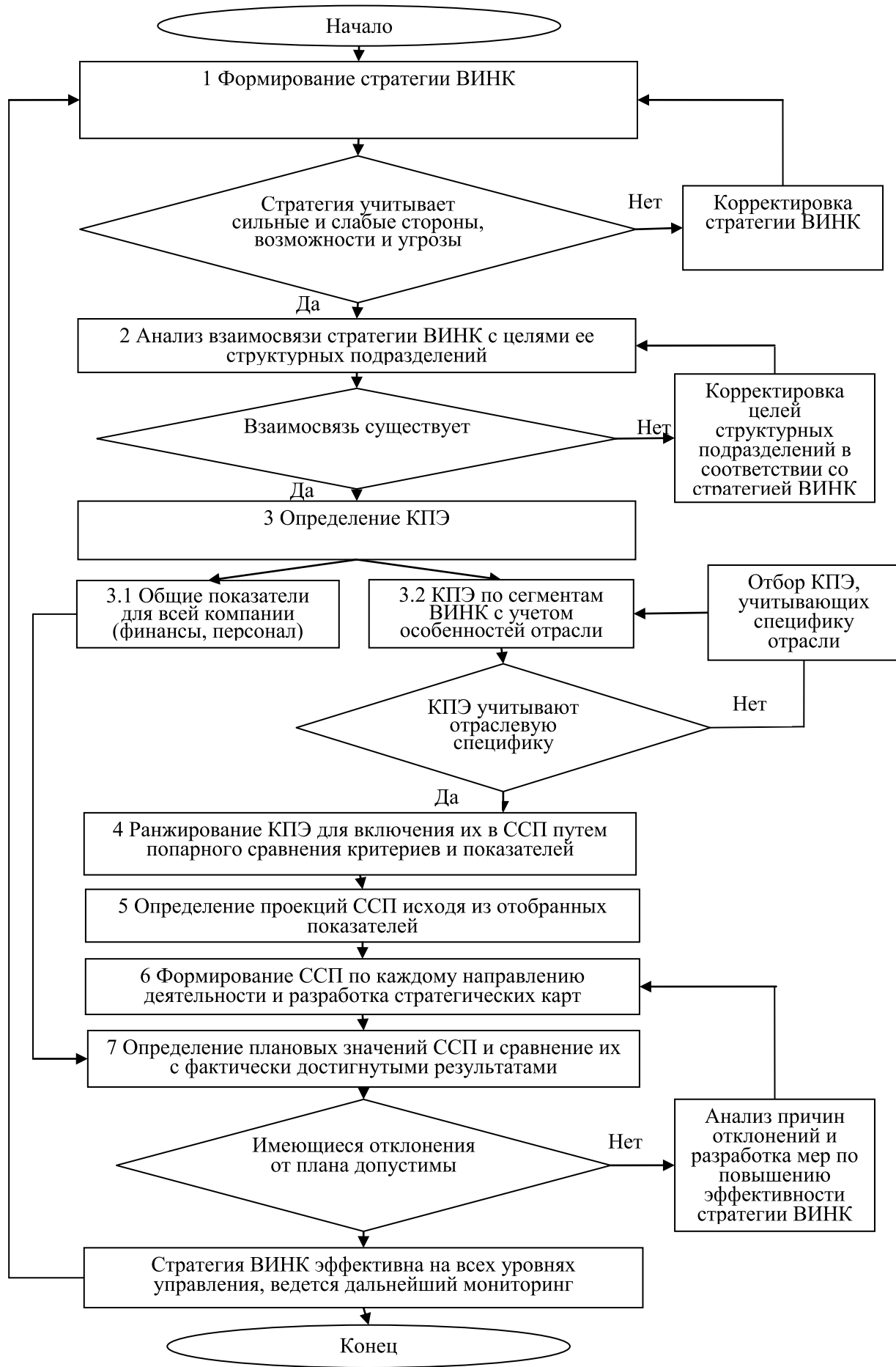


Рис. 1. Алгоритм стратегического управления ВИНК с помощью ССП

Таблица 1. **Отраслевые особенности, влияющие на достижение стратегических целей структурных подразделений ВИНК**

| Сегмент ВИНК | Структурное подразделение | Характерные особенности |
|------------------------|---------------------------|--|
| Разведка и добыча | УБР НГДП | Сложные природно-климатические и горно-геологические условия; Необходимость больших инвестиций с долгим сроком окупаемости для поддержания объемов добычи; Значительная капиталоемкость, инерционность производства; Исчерпаемость запасов; Высокая себестоимость добычи нефти; Рост доли трудноизвлекаемых запасов; Лицензирование деятельности; Низкая доля инвестиций в НИОКР |
| Переработка | НПЗ | Неравномерность размещения производственных мощностей на территории страны; Низкая глубина переработки и выход светлых нефтепродуктов российских ВИНК относительно иностранных; Невысокая загрузка производственных мощностей; Износ перерабатывающих мощностей; Низкая доля сырья, используемого для нефтехимии; Слабое использование современных технологических процессов; Зависимость от иностранных технологий; Высокая экологическая нагрузка на окружающую среду |
| Транспортировка и сбыт | Торговые компании, АЗС | Удаленность НПЗ от рынков сбыта готовой продукции; Неразвитая система нефтепродуктопроводов, их физический износ; Ограниченная пропускная способность трубопроводной системы; Функционирование в двух различных ценовых диапазонах (внешний и внутренний рынок); Неопределенность и изменчивость конъюнктуры рынка; Высокий уровень конкуренции |

Таблица 2. **Критерии отбора показателей**

| № п/п | Наименование критерия | Описание | Уд. вес |
|-------|----------------------------------|--|---------|
| 1 | Соответствие главной цели | Важность и актуальность для долгосрочного развития компании и как можно более точное отражение результата выполнения стратегических целей | 0,198 |
| 2 | Простота и достоверность расчета | Понятная методика расчета на основе достоверных и доступных источников информации | 0,123 |
| 3 | Сопоставимость | Использование одной единицы измерения, либо соответствующей шкалы, что обеспечивало бы возможность сравнения показателей между различными объектами и временными интервалами анализа | 0,103 |
| 4 | Количественная измеримость | Шкала количественных оценок | 0,118 |
| 5 | Управляемость | Возможность влияния на изменение показателя посредством управленческих воздействий со стороны менеджеров компании, возможность установить ответственность за достижение целевого значения показателя | 0,183 |
| 6 | Доступность | Способ измерения и расчета не должен требовать затрат в дорогостоящие технические средства, использования значительной части рабочего времени персонала, проведения крупномасштабных исследований | 0,136 |
| 7 | Определенность во времени | Регулярность расчета в определенные интервалы или моменты времени, своевременность проведения измерений | 0,052 |
| 8 | Однозначное толкование | Одинаковая интерпретация показателей как менеджерами, так и рядовыми сотрудниками | 0,087 |

Таблица 3. Границы оценки интегральных сумм для включения выбранных показателей в ССП

| Сегмент | Включается в ССП | На усмотрение руководства | Не включается в ССП |
|------------------------|------------------|---------------------------|---------------------|
| Разведка и добыча | 0,045–0,05 | 0,04–0,044 | <0,04 |
| Переработка | 0,055–0,065 | 0,05–0,054 | <0,05 |
| Транспортировка и сбыт | 0,085–0,09 | 0,07–0,084 | <0,07 |

Таблица 4. Перечень показателей, входящих в ССП по результатам отбора

| Сегмент | Структурное подразделение | Показатель | Ранг |
|------------------------|---------------------------|---|------|
| Разведка и добыча | УБР НГДП | 1 Количество месторождений, шт. | 3 |
| | | 2 Дебит скважин, т/сут. | 1 |
| | | 3 Объем добычи нефти, газа и газоконденсата, млн. т | 2 |
| | | 4 Годовой прирост добычи, % | 1 |
| | | 5 Коэффициент замещения запасов, % | 6 |
| | | 6 Объем инвестиций в НИОКР, тыс. руб. | 3 |
| | | 7 Количество аварий и несчастных случаев на производстве, шт. | 4 |
| | | 8 Коэффициент производственного травматизма, % | 6 |
| | | 9 Объем геолого-технических исследований, тыс. руб./сут. | 7 |
| | | 10 Доля инновационного оборудования в ОПФ, % | 5 |
| Переработка | НПЗ | 1 Производственная мощность установки, тыс. т | 4 |
| | | 2 Объем переработки, млн. т | 1 |
| | | 3 Глубина переработки нефти, % | 3 |
| | | 4 Выход светлых нефтепродуктов, % | 2 |
| | | 5 Коэффициент утилизации ПНГ, % | 9 |
| | | 6 Доля высокооктановых бензинов в общем выпуске автобензинов, % | 2 |
| | | 7 Количество выбросов, отходов в окружающую среду, тыс. т., м ³ /год | 8 |
| | | 8 Количество аварий/несчастных случаев на производстве, шт./год | 5 |
| | | 9 Объем/доля затрат на ОТ, ПБ и Э, тыс. руб./год; % | 6 |
| | | 10 Количество новых введенных технологий, шт. | 7 |
| Транспортировка и сбыт | Торговые компании, АЗС | 1 Пропускная способность трубопровода, млн. т/год; млрд. м ³ /год | 4 |
| | | 2 Прирост объемов экспорта, % | 3 |
| | | 3 Количество АЗС | 1 |
| | | 4 Удельная аварийность трубопроводов, ед./км | 4 |
| | | 5 Доля рынка в поставках бензина, % | 2 |
| | | 6 Количество новых заключенных контрактов, шт. | 2 |

Для большей наглядности показатели необходимо про-ранжировать.

Предлагаемый алгоритм был применен нами для выборки КПЭ из числа наиболее распространенных показателей нефтяных компаний, и с помощью анализа был получен перечень КПЭ, представленный в таблице 4.

Как видно из таблицы 4, наибольший ранг в каждом сегменте имеют показатели производственного характера, такие как дебит скважин, объем добычи и переработки, выход светлых нефтепродуктов, глубина переработки нефти. Это еще раз подтверждает влияние производственной составляющей на стратегию компании.

Показателей, отражающих инновационную деятельность, относительно немного, среди них: объем ин-

вестиций в НИОКР (3 ранг), доля инновационного оборудования в основных фондах (5 ранг), объем геолого-технических исследований (7ранг), доля высокооктановых бензинов в общем выпуске автобензинов (2 ранг), количество новых введенных технологий (7 ранг). Несмотря на их стратегическую значимость, показатели инноваций практически не учитываются при планировании деятельности ВИНК, поэтому их количество меньше производственных.

В сегменте разведки и добычи показатели, отражающие отношения с клиентами, отсутствуют. Это связано с тем, что НГДП и УБР не имеют прямых контактов с потребителем. В свою очередь, у торговых компаний и АЗС, имеющих прямой доступ к потребителю, наиболее важ-

Таблица 5. Структура проекций ССП по сегментам ВИНК

| Сегмент | Количество показателей по проекциям | | | |
|------------------------|-------------------------------------|-----------------------|-----------|--------------------------------------|
| | Внутренние бизнес-процессы | Отношения с клиентами | Инновации | Социальная и эколог. ответственность |
| Разведка и добыча | 5 | - | 3 | 2 |
| Переработка | 4 | - | 2 | 4 |
| Транспортировка и сбыт | 2 | 3 | - | 1 |
| Итого | 11 | 3 | 5 | 7 |
| Доля, % | 42,3 | 11,5 | 19,3 | 26,9 |

ными показателями являются доля рынка в поставках бензина, прирост объемов экспорта и количество новых контрактов.

Показатели, связанные с социальной и экологической ответственностью есть в каждом сегменте: количество аварий и несчастных случаев на производстве (5 ранг), коэффициент производственного травматизма (7 ранг), коэффициент утилизации ПНГ (5 ранг), удельная аварийность трубопроводов (4 ранг). Это связано с тем, что деятельность ВИНК оказывает большое влияние на окружающую среду, поэтому она обязательно должна оценивать деятельность по охране окружающей среды и обеспечению безопасности на производстве, а также вести контролировать связанные с этим показатели.

Показатели финансовой проекции, а также обучения и развития персонала необходимо включить в общую ССП на уровне всей компании по следующим причинам:

- финансовые показатели отражают уже прошедший результат, а не дальнейшую перспективу для компании;
- показатели финансов и персонала легче контролировать на уровне компании, так как именно руководство устанавливает цели в области финансов и имеет необходимые полномочия и инструменты для мотивации и дальнейшего развития персонала;
- показатели данных проекций, как правило, не связаны с отраслевой спецификой, их количество небольшое и они являются стандартными для всех компаний;
- это позволит избежать дублирования показателей, снизит информационную нагрузку.

Общими показателями финансовой составляющей являются чистая прибыль, EBITDA, ROACE, рентабельность капитала, дивиденд на акции, показателями проекции обучения и развития персонала — производительность труда, текучесть персонала, расходы на внутрикорпоративные социальные программы, расходы на обучение и развитие персонала [3].

Исходя же из анализа, по каждому сегменту ВИНК можно выделить следующую структуру ССП (таблица 5).

Как видно из таблицы, по сегменту разведка и добыча и по сегменту переработка ССП будет состоять из следующих проекций: внутренние бизнес-процессы, инновации,

социальная и экологическая ответственность. По сегменту транспортировка и сбыт ССП будет включать проекции: внутренние бизнес-процессы, отношения с клиентами, социальная и экологическая ответственность.

Следующим этапом является формирование самих ССП по каждому виду деятельности ВИНК в соответствии с определенными для них проекциями из числа отобранных показателей.

Соответственно разработанной ССП строятся стратегические карты, с помощью которых стратегические цели распределяются по областям, и устанавливаются причинно-следственные связи между проекциями [5, с. 344].

Далее по каждому показателю ССП определяются плановые значения и устанавливаются фактически достигнутые результаты за определенный период. Проводится план-фактный анализ, чтобы установить, что повлияло на фактическое значение того или иного показателя. Если имеющиеся отклонения фактических результатов от смоделированной системы сбалансированных показателей допустимы, то выполнение стратегии можно признать успешным. В случае недопустимости имеющихся отклонений необходимо принять меры по достижению показателей до требуемого уровня.

Проведя данный анализ, мы выявили показатели, которые наиболее полно отвечают всем требованиям, предъявляемым к ССП, определили структуру ССП для каждого сегмента ВИНК. Появляется возможность сравнить и проанализировать эффективность бизнес-стратегий структурных подразделений между собой, либо соответствие/отклонение фактических и плановых показателей нефтегазовой компании.

Таким образом, предложенная методика разработки ССП по управлению производством ВИНК позволит:

- наглядно увидеть взаимосвязь производственной деятельности каждого подразделения нефтегазовой компании с ее корпоративной стратегией;
- учитывать основные отраслевые особенности, оказывающие влияние на достижение желаемого результата;
- с помощью наиболее информативных показателей детально оценить эффективность производственной деятельности ВИНК.

Литература:

1. Каплан, Р. С., Нортон Д. П. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию. М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2008. 320 с.
2. Буренина, И. В. Планирование на предприятии: учебное пособие. Уфа: Изд-во УГНТУ, 2007. 129 с.
3. Мусина, Д. Р. Апробация методики оценки стратегии развития ВИНК на примере ОАО АНК «Башнефть» // Нефтегазовое дело [Электронный ресурс]: Электрон. науч. журн. — 2013. — № 1. — URL: <http://www.ogbus.ru> (дата обращения: 28.05.2014).
4. Ильяс, А. А., Тасмуханова А. Е. Формирование методического подхода к экономической оценке эффективности корпоративных стратегий нефтегазовых компаний на основе ССП // Нефтегазовое дело [Электронный ресурс]: Электрон. науч. журн. — 2015. — № 3. — URL: <http://www.elibrary.ru> (дата обращения: 25.06.2015).
5. Каплан, Р. С., Нортон Д. П. Стратегические карты. Трансформация нематериальных активов в материальные результаты. М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2010. 512 с.

Сущность предпринимательства как экономического института

Тураева Ирина Лубсановна, кандидат экономических наук, доцент
Восточно-Сибирский государственный институт культуры (г. Улан-Удэ)

Хлыстов Евгений Афанасьевич, кандидат исторических наук, доцент
Восточно-Сибирский государственный университет технологий и управления (г. Улан-Удэ)

В экономической научной литературе с самого начала изучения обратились к определению сущности предпринимательства, и по сей день дискуссии по этому вопросу продолжают. Большинство отечественных исследователей утверждает, что пока еще не дано общего определения предпринимательства [1, с. 295; 2, с. 25; 3, с. 13-15]. Без сомнения, нужно отметить, что формулирование понятия предпринимательства невозможно без соотнесения его с объективной действительностью конкретного государства и общества: «каждый этап экономического развития той или иной страны формирует характерные для своего времени специфику предпринимательства. На каждом этапе развития теоретических воззрений подчеркивались те особенности, которые наиболее полно и точно отражали сущность предпринимательства в конкретных экономических условиях...» [4, с. 17].

Научное понимание предпринимательства, его роли в экономике общества отличается большим разнообразием, оно рассматривается с разных ракурсов и идеологических платформ. Так, например, отмечается только экономическая функция предпринимательства [5], социальная и экономическая роли в общественной жизни [6,7]; общий поведенческий подход к определенному феномену хозяйствования [8].

Основываясь на различных подходах, обобщая все трактовки предпринимательства, можно следующим образом определить предпринимательство. Это, прежде всего, хозяйственная система, основной институт рыночной экономики, который выражает форму производственной реализации собственности экономическими агентами. В данном процессе взаимодействия рынка с экономическими и институциональными условиями об-

щества создается новый спрос, представляющий общественную полезность. Другими словами, предпринимательство, прежде всего, — это экономический институт, в связи с чем, возникает необходимость понять, что есть экономический институт.

Распространенной характеристикой института является трактовка Д. Норта: «институты — это «правила игры» в обществе, созданные человеком ограничительные рамки, которые организуют взаимоотношения между людьми», это «правила, механизмы, обеспечивающие их выполнение, и нормы поведения, которые структурируют повторяющиеся взаимодействия между людьми». Д. Норт акцентирует внимание на отделении институтов от организаций, т.е. институты — это правила игры, а организации — это игроки. Изменения между ними принимают форму институционального изменения.

Основываясь на данной посылке, определим, что институт предпринимательства — это определенная экономическая система, сформированная из конкретных экономических институтов, при чем между ними существуют установленные зависимости между предпринимательскими субъектами с целью активного регулирования хозяйственной деятельности, в рамках формальных и неформальных норм поведения.

Основным условием существования предпринимательства как сферы общества являются процессы саморегулирования. То есть институты как правила игры определяют только минимальные требования, предъявляемые к предпринимательству, при этом оставляя широкие возможности для свободы предпринимательских управленческих решений. Создание институтов предпринимательства отличается разумной регламентацией правил поведения

участников предпринимательской деятельности и носит разрешительный характер. В связи с этим, условиями функционирования института предпринимательства в современных условиях являются, прежде всего развитие частной собственности, политика протекционизма, существование конкурентных рынков, институциональные стимулы и государственное регулирование.

Н. М. Арсентьев и А. М. Дубодел в своей монографии дают обобщенную формулировку предпринимательства как «основы экономической деятельности и социального института», которые создаются под влиянием различных условий, определяющих весь общественный облик того или иного периода развития [9, с. 6]. Они верно утверждают, что сущность предпринимательства лежит в различных формах экономической деятельности, направленных не столько на удовлетворение собственных потребностей, а на рыночный сбыт, в первую очередь, на извлечение прибыли.

Исходя из этого утверждения, функция институтов как правил игры состоит в том, чтобы облегчить обменные процессы с целью уменьшения экономических издержек. Неформальные ограничения предназначены для расширения и применения формальных правил для решения конкретных проблем обмена и в решении непосредственных проблем координации. В целом они пронизывают всю структуру института предпринимательства. Не все авторы придерживаются данной трактовки. Так, представители новой институциональной экономики тщательно разводили концепции института и обычая. Институты в данной школе трактуются как нормы и правила поведения. При этом, институты появляются в результате взаимодействия между индивидуумами [10, с. 44].

Институт предпринимательства в экономическом ракурсе формирует товарный характер взаимосвязей с хозяйствующими субъектами в соответствии с законами рыночной экономики (спроса и предложения, стоимости, конкуренции и др.) и всех элементов товарного производства и обращения (цены, денег, финансов, кредита и т. д.). Если рассматривать предпринимательство как социальное явление, то оно связано с формированием творческого начала в деятельности людей, ведущего к формированию социального слоя, который характеризуется самостоятельной хозяйственно-экономической деятельностью, умением преодолевать сопротивление среды и добиваться поставленных целей. При этом этот процесс способствует насыщению рынка труда, и тем самым увеличению стабильности в обществе.

В определенной мере институт предпринимательства имеет взаимное влияние и на политическую жизнь общества. Во-первых, становление и развитие предпринимательства зависят от законодательной базы, которая формируется государством, как ядром политической системы, а также от конкретной политической конъюнктуры. Во-вторых, предпринимательские организации (ассоциации, объединения, союзы) сами могут оказывать влияние на соотношение политических сил, формируя политиче-

ский курс государства, или наоборот, противодействуя ему.

Экономические институты, и прежде всего, институт предпринимательства, являются важной частью общей и экономической культуры (в том числе и хозяйственной), именно они создают наши предпочтения, модели поведения в экономике и обществе, а также приемы в организации бизнеса и обменных процессов. При этом необходимо не забывать про конкретно-исторические условия развития этих структур, и их влияние на региональные правила и механизмы формирования рыночного хозяйства.

Институты именно потому значимы при формировании и функционировании хозяйственного порядка, что именно они задают долговременные ограничения и формируют устойчивые стереотипы поведения хозяйственных агентов [11].

История общества демонстрирует нам интересную картину, в которой возможно разглядеть закономерности создания и тенденции развития экономических институтов в отечественной экономической истории. Хорошим примером может послужить практическая деятельность русских староверов, которые следуя определенным канонам, то есть, другими словами, неформальным институтам, фактически формировали свой институт предпринимательства, например, нормы хозяйственной этики [12].

Безусловно, что сам ход формирования и видоизменения предпринимательства во многом зависит от параметров локальной культуры и наиболее важных ценностей, которые развиваются в пределах определенных национальных образований и регионов. Так, например, на территории сибирского края в XVI–XIX вв. с самого начала сформировалась многонациональная палитра этнических групп. В этих рамках создавалась своя культура, в том числе и культура предпринимательства. При этом не надо забывать, что в пределах одной национальной группы могли уживаться несколько форм и видов культур предпринимательства, таких, как крестьянства, казачества, староверов и других. Дело в том, что предпринимательство, созданное на основе культурно-исторического сожития носителей определенных ценностно-мировоззренческих установок, вбирает в себя особенности и специфику того общества, в рамках которого оно развивается [13].

На наш взгляд, именно экономическая культура определенной общности является главным условием становления и сохранения специфики предпринимательства. Д. Норт о следующем образом выразился о влиянии основных черт исторического развития культуры на хозяйственную деятельность человека: «формальные правила можно изменить за одну ночь путем принятия политических и юридических решений, неформальные ограничения, воплощенные в обычаях, традициях и кодексах поведения, гораздо менее восприимчивы к сознательным человеческим усилиям» [14, с. 21]. Именно эти культурные границы не только связывают весь исторический процесс

отдельного общества и человечества, но самое главное, помогают понять направления развития в будущем.

В научных работах иностранных исследователей также отмечается, что экономические агенты, в том числе предприниматели, часто игнорируют правила хозяйственных, производственных закономерностей, а судят различными нормами морали и этики. Другими словами, рациональная сторона практической деятельности не может заменить все разнообразие общественных связей [15, с. 10]. Так, В. А. Гельман отмечает, что «каждой культуре можно найти установки на активное отношение к миру, деятельность, хозяйственное развитие, накопление богатства, но они по-разному встраиваются в общую систему ценностных ориентаций, а значит и в структуру культуры» [16, с. 54].

Интересный подход к определению сущности предпринимательства высказан В. Ф. Халиповым и И. В. Лисиненко. По их мнению, предпринимательство необходимо рассматривать как социальный институт, и как систему социально-экономической деятельности [17, с. 11]. В качестве основных элементов предпринимательства нужно рассматривать человека или группу людей, обладающих предпринимательскими способностями; дополнительных — инновации, информацию, капитал и т. д. [18].

Наиболее полно в своей работе предпринимательство как социально-экономическую систему рассмотрели В. В. Генералов и М. В. Лычагин, с одной стороны, как явления, а с другой — как процесса [19]. Целью любой системы является достижение и сохранение желаемого состояния и желаемого результата поведения системы. Основной целью предпринимательства как социально-экономической системы всегда являлся сверхдоход. Предприниматель самостоятельно выбирает цели, задачи своей деятельности и средства их достижения. Реализуя свои цели, он включается в общественные отношения [20].

Система всегда имеет цель, задачи и свою главную полезную функцию. У любой системы достаточно большое

количество функций, но не все они равноценны: среди них есть основные, ради выполнения которых система создается, и вспомогательные, которые обеспечивают выполнение основной функции, способствуют сохранению жизнеспособности самой системы. Главная функция системы всегда определяет назначение, сущность и смысл существования системы в целом, т. е. направление ее развития. Основные функции системы должны обеспечивать работоспособность системы, создают необходимые условия для выполнения ею главной функции путем приема, хранения, передачи, преобразования и выдачи вещества, энергии, информации [21].

В результате, для института предпринимательства как социально-экономической системы главной функцией является реализация предпринимательской идеи (инновации) в виде производства новых товаров, работ и услуг, организации производства и управления. Основные функции ее — это поиск инноваций, организация производства, сбыт (организация бизнеса). Вспомогательные функции — существование рынка, законов и правил игры на рынке. Нежелательные и вредные — низкосортная продукция, подделки, опасная продукция, загрязнение окружающей среды (нужны сертификаты, контролирующие органы). А дополнительные функции — конкуренция, ее рост, новые рабочие места, больше выбор у потребителя [22]. С точки зрения института предпринимательства как процесса, можно представить предпринимательскую деятельность как явление, связанное с другими видами деятельности [23]. Такими функциями являются: выявление потребностей и обоснование способов их удовлетворения; генерация идей и создание новаций; предоставление ресурсов; управление предпринимательскими структурами; выполнение конкретных работ по реализации предпринимательского замысла; принятие, частичное принятие или непринятие по тем или иным причинам нового блага, созданного в процессе предпринимательской деятельности.

Литература:

1. Глущенко, Е. В. Основы предпринимательства. — М.: Вестник, 1996.
2. Хизрич, Р., Питерс М. Предпринимательство. — М.: Прогресс, 1992.
3. Бусыгин, А. В. Предпринимательство. Основной курс. М.: ИНФРА-М, 1997.
4. Зеленый, М. Ц. Государственное регулирование предпринимательской деятельности в условиях формирования рынка: дис... канд. экон. наук. — Ростов-н/Д, 1997.
5. Шумпетер, Й. Теория экономического развития. — М., 1982.
6. Долан, Э. Дж., Линдсей Д. Е. Рынок: микроэкономическая модель. — СПб., 1992.
7. Хайман, Д. Современная микроэкономика: анализ и применение. — М., 1992.
8. Предпринимательство в конце XX в. — М., 1992.
9. Арсентьев, Н. М., Дубодел А. М. Отечеству служить обязаны... Трудовая мотивация и образ российского предпринимателя: история и современность. — СПб, 2000.
10. Ходжсон Дж. М. Жизнеспособность институциональной экономики // Эволюционная экономика на пороге XXI века. — М.: Япония сегодня, 1997.
11. Вольчик, В. В. Эволюционная парадигма и институциональная трансформация экономики. — Ростов н/Д, 2004.
12. Бенам, А. Права собственности в переходной экономике: комментарии по поводу того, что знают экономисты // Экономическая наука современной России. — 1999. — № 3.

13. Аветов, Г.М. Влияние этнического фактора на формирование российской системы предпринимательства: основные аспекты // Экономические науки. — 2010. — № 11. — с. 51–55.
14. Норт, Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики. — М., 1997.
15. Бабаева, М.А. Влияние социально-экономических и этнокультурных факторов на развитие предпринимательской деятельности (на примере конкретного социологического исследования развития предпринимательства в Туркменистане): дис. ... канд. экон. наук. — СПб., 1993.
16. Гельман, В.А. Социокультурные факторы развития предпринимательской деятельности в трансформирующемся российском обществе: на материалах Республики Бурятия: дис.... канд. социолог. наук. — Улан-Удэ, 2005.
17. Халипов, В.Ф., Лисиненко И.В. Социология предпринимательства. — М., 1996.
18. Алетдинова, А.А. Предпринимательство как социально-экономическая система // Вестник Академии. — 2009. — № 1. — с. 22–24.
19. Генералов, В.В., Лычагин М.В. Предпринимательство: проблемы и методы систематизации знаний. — Новосибирск: ИЭиОПП СО РАН, НГУ, 2004. — 78 с.
20. Хайруллина, М.В. Управление социально-экономической системой. — Новосибирск: Наука, 2002. — 248 с.
21. Макурина, Ю.А. Теория решения изобретательских задач. — Н.: СибУПК, 2007. — 150 с.
22. Алетдинова, А.А. Эволюция развития предпринимательства // Вестник Академии. — 2009. — № 1. — с. 60–62.
23. Колоколов, В.А. Предпринимательство в условиях глобализации // Фундаментальные исследования. — 2005. — № 1. — с. 75–77.

Роль мировой экономики в развитии азиатских стран

Файзиев Шавкат Шахабутдинович, преподаватель
Ташкентский финансовый институт (Узбекистан)

Данная статья посвящена роли мировой экономики в развитии экономики азиатских стран, на примере Пакистана, Казахстана и Узбекистана. Необходимо отметить то, что изменения происходящие в структуре экономики мира стали важнейшими факторами укрепления экспортного потенциала азиатских стран, устойчивого роста и позитивных сдвигов в структуре экспорта их отечественной продукции.

Участие в мировой экономике оказывает влияние на развитие экономики многих стран, в том числе и ряда азиатских стран. В качестве примера рассмотрим участие Пакистана в мировой экономике, которое требует изучения его экономического потенциала.

Пакистан имеет наибольший потенциал чтобы стать одной из крупнейших экономик мира в XXI веке. Эта страна является развивающейся аграрно-индустриальной страной. Большая часть населения занято в сельском хозяйстве. По данным различных международных организаций экономика Пакистана 2013 году занимала 26 место среди стран по объему ВВП по ППС, 44-е место по номинальному объему ВВП. По данным МВФ за этот год номинальный ВВП Пакистана составил 239 миллиард долларов, а ВВП по ППС 835 миллиард долларов.

Анализируя ситуацию во внешней торговле Пакистана, нельзя не отметить происходящие в последние годы постепенные изменения в географической структуре пакистанского экспорта: если, например, в середине первого десятилетия XXI века почти половина товаров, точнее 47% вывозилась из страны на традиционные рынки, а именно

в США, ОАЭ, Германию, Гонконг, Великобританию, то в 2012 году доля этих 5-ти государств в пакистанском экспорте составляла уже лишь 35%. Постепенно возрастала торговля с Китаем, Афганистаном, Индией, Бангладеш, странами Юго-Восточной Азии, в первую очередь с Малайзией. Достаточно сказать, что объем товарооборота с Афганистаном составляет сейчас 2,5 миллиард долларов, т.е. 10% всего пакистанского экспорта (а экспорт в Афганистан — это свыше 95% всего объема товарооборота между этими двумя государствами). Соглашение, подписанное между Пакистаном и Китаем о свободной торговле позволило этим странам развивать экономические отношения более быстрыми темпами. В экономических отношениях между двумя странами доминируют военные и технологические операции, хотя в последние годы Китай намерено значительно увеличивает свои инвестиции в экономику Пакистана и развитие его инфраструктуры. Среди прочего, Китай оказывает помощь в развитии инфраструктуры Пакистана путем строительства электростанций, дорог и узлов связи. Обе страны заинтересованы в укреплении экономических связей и пообещали простимулировать рост приграничной торговли. Это заявление привело к китайским инвестициям в зарождающийся финансовый и энергетический сектор Пакистана. Пакистану, в свою очередь, была предоставлена зона свободной торговли в Китае. Экономические отношения между Пакистаном и Китаем состоят в основном из китайских инвестиций в пакистанскую экономику. Увеличение экономической мощи Китая позволила реализо-

вать широкий спектр проектов в Пакистане. Пакистанские инвестиции в Китай остаются на невысоком уровне. Основные экспортируемые товары: текстиль, кожаные изделия, спортивные товары, химикаты и ковры.

По данным Книги фактов ЦРУ, на долю Китая приходится 19,8% импорта Пакистана (1-е место среди торговых партнёров) и 10,9% экспорта (2-е место среди торговых партнёров). По состоянию на 2013 год товарооборот между странами составляет 12 млрд. долларов США, что делает Китай вторым по величине торговым партнёром Пакистана

Такие изменения стали результатом проведения. «Стратегической торговой политики», принятой правительством Пакистана в 2008 году и направленной на диверсификацию экспортно-импортных операций. Проблема здесь заключается в том, что изменения в географической структуре внешней торговли Пакистана пока что не привели к адекватному росту пакистанского экспорта или хотя бы затормозили постоянный рост импорта с целью снижения растущего внешнеторгового дефицита. [1]

В 2013 году Международный валютный фонд (МВФ) и власти Пакистана достигли договоренности об условиях открытия для Исламабада программы кредитной поддержки, если точнее о выделении стране займа на сумму около \$5,3 млрд, который будет выделяться траншами в течение 36 месяцев. Как отметил эксперт Джеффри Фрэнкс «Пакистан сталкивается со сложными перспективами экономического роста, которые усугубляются неопределенными глобальными и региональными обстоятельствами. Потенциал экономического роста страны подрывается макроэкономическими дисбалансами и давними структурными проблемами, прежде всего в энергетическом секторе». [2]

После этого чтобы помочь стране в реализации экономических реформ МВФ утвердил кредит Пакистану на общую сумму \$6,8 млрд, а в 2014 году Пакистан получил четвертый транш экономической помощи в размере \$556 млн от Международного валютного фонда (МВФ после того, как миссия МВФ рассмотрела экономические показатели страны в июне 2014 года.) [3]

Если обратим внимание на экономическое положение Казахстана, то макроэкономический анализ показывает, что в Казахстане номинальный ВВП в 2013 году составил 224,9 млрд. долларов США, а ВВП на душу населения по ППС 23211 долларов США и занимал 49-е место в мире. В этом же году темпы роста ВВП был равен 6%, а в 2014 году этот показатель составил 4,3%. В 2014 году экономика Казахстана развивалась в условиях значительного изменения ситуации на мировых рынках и геополитической нестабильности в мире. За 2014 год мировые цены на нефть и железную руду снизились в 2 раза. Основной вклад в прирост ВВП за 2014 год внесло производство услуг, где рост составил 6,0%. В разрезе услуг наибольший рост отмечается в торговле (9%), связи (8,5%) и транспорте и складировании (7%). В промышленности рост составил 0,3% за счет увеличения производства про-

дукции в обрабатывающей промышленности на 1,0%. Объем производства в горнодобывающей промышленности снизился на 0,3%. Удельный вес цветной металлургии в общем объеме промышленного производства превышает 12%. Чёрная металлургия Казахстана производит более 12,5% республиканского объема промышленной продукции.

Сельское хозяйство является важным сектором экономики страны. По данным Министерства сельского хозяйства РК, объем валовой продукции сельского хозяйства в 2014 году составил 2,5 трлн тенге, что превысило уровень предыдущего года на 0,8%, рост в растениеводстве составил 98,4%, в животноводстве — 3,8%. На 2,9% вырос объем производства продуктов питания. Внедрение в 2014 году инвестиционного субсидирования позволило увеличить на 14,4% объем инвестиций в основной капитал сельского хозяйства, который по итогам года составил 166,4 млрд тенге. Инвестиции в производство продуктов питания возросли на 16,5% и составили 40,8 млрд тенге.

Если обратим внимание на внешнюю торговлю, то в течении анализируемого периода наблюдалось положительное сальдо внешней торговли, т. е. объем экспорта был больше, чем объем импорта. Казахстан экспортирует сырьё произведённое добывающей, топливной, металлургической и химической промышленностью.

В структуре казахстанского экспорта:

- нефть и нефтепродукты — 35%
- цветные металлы — 17%
- чёрные металлы — 16%
- руды — 12%
- зерновые культуры — 9%
- другое — (включая цемент) 11%.

По запасам железной руды Казахстан занимает восьмое место в мире. Его доля в мировых запасах составляет 6%. Из 8,7 млрд тонн разведанных запасов железной руды 73,3% являются легко добываемыми. Более 70% добываемой в стране железной руды уходит на экспорт. Казахстан входит в число крупнейших в мире производителей и экспортёров рафинированной меди. Основными импортёрами казахстанской меди являются Италия и Германия.

По производству зерна Казахстан занимает третье место в СНГ после России и Украины. Экспорт пшеницы является одним из главных источников валютных поступлений в экономику республики. Вместе с тем прошлый год стал поворотным для роста экспорта мяса и мясопродуктов. Так, в 2014 году Казахстан экспортировал 12,3 тыс. тонн мяса и мясопродуктов, из них экспорт «красного мяса» составил 7,5 тыс. тонн, говядины 6,3 тыс. тонн. При этом импорт продукции АПК снизился на 4,1%.

Что касается импорту, то основной импортируемой продукцией являются сырьё, а именно сырая нефть, машины и оборудование, средства транспорта, приборы и автоматы, химическая продукция, топливо минеральное, продовольственные товары, готовые изделия и товары народного потребления. [4]

Узбекистан с точки зрения экономического потенциала она схожа Пакистану и Казахстану, хотя по многим показателям уровень является низким, но стабильная обстановка в Узбекистане позволяет держать уровень экономического роста на год в пределах 7–8% в течении последних лет по данным статистических органов страны. Валовой внутренний продукт возрос на 8,1 процента, объем производства промышленной продукции — на 8,3 процента, сельскохозяйственного производства — на 6,9, капитального строительства — на 10,9, розничного товарооборота — на 14,3 процента, около 70 процентов произведенной продукции составили готовые товары с высокой добавленной стоимостью. Объем производства потребительских товаров за 2014 год возрос на 9,4 процента, в том числе продовольственных — на 8,7 и непродовольственных — на 10 процентов.

В Узбекистане с каждым годом все больше уделяет внимание роли малого бизнеса и частного предпринимательства. Свидетельством прогрессивных изменений структуры экономики Узбекистана является все возрастающая в ней роль именно данного сектора. Узбекистан в 2014 году по рейтингу, характеризующему условия ведения бизнеса, поднялся на восемь позиций, а по налогообложению — на 61 позицию. По оценке ПРООН, Узбекистан вошел в первую десятку стран по количеству проведенных реформ в области облегчения ведения бизнеса за последний год. [5]. Несмотря на стабильный рост и развития бизнеса в Узбекистане, современное состояние деловой среды и условия ведения бизнеса пока в полной мере не отвечают требованиям и принципам свободной рыночной экономики, общепринятым международным нормам. Хотя происходит поддержка предпринимателей

со стороны государства, но вместе с тем они по-прежнему сталкиваются с неустойчивым энергоснабжением, неразвитостью производственной и дорожной инфраструктуры в сельской местности, большим количеством проводимых проверок. Поэтому необходимо усилить нормы законодательной защиты прав и гарантий для субъектов предпринимательства и владельцев частной собственности. И здесь первостепенное значение имеет повышение роли судебных органов в защите законных прав и интересов частных собственников, усиление ответственности должностных лиц государственных, правоохранительных и контролирующих органов за незаконное вмешательство в хозяйственную и финансовую деятельность субъектов предпринимательства. Учитывая эти недостатки, придется еще и еще раз обращать внимание на дальнейшее сокращение сроков, упрощение и удешевление различных разрешительных процедур для организации и ведения предпринимательской деятельности, а также устранение и недопущение излишних бюрократических барьеров на пути предпринимательства. Осуществление мер, направленных на укрепления экономики стран не только позволяет развитию экономики этих стран, но также может привести к улучшению ситуации в мировой экономики.

В заключении можем отметить то, что при развитии мировой экономики с учетом потенциалов рассмотренных двух азиатских стран и с учетом мнений экспертов эти страны внесут определенную лепту. По прогнозам эксперта британского экономиста Джима О' Нила к 2050 году Пакистан будет 18-й по величине экономикой мира с ВВП в размере \$3,33 трлн, что почти равнозначно текущему ВВП немецкой экономики. По оценкам О' Нила, экономика Пакистана вырастет в 15 раз в течение ближайших 35 лет. [5]

Литература:

1. Китайско-пакистанское соглашение о свободной торговле. Материал из Википедии — свободной энциклопедии
2. ВФ договорился с Пакистаном об условиях кредитной поддержки. <http://www.rosbalt.ru/business/2013/07/05/1149033.html>
3. Пакистан получил четвертый транш помощи от МВФ в размере \$ 556 млн. <http://www.rosbalt.ru/main/2014/07/03/1287942.html>
4. Х. Хаджаев. Современные тенденции социально-экономического развития Казахстана. Сборник научных статей. Байтурсуновские чтения. Казахстан. 2015 г.
5. Эксперт: Экономика Пакистана вырастет в 35 раз к 2050 году. <http://www.rosbalt.ru/business/2014/01/20/1223029.html>

Оценка бизнеса в мире и ведение бизнеса в Узбекистане

Хаджаев Хабибулла Сагдуллаевич, старший преподаватель
Ташкентский финансовый институт (Узбекистан)

Как мы знаем, развитие рыночных отношений требует развития частной собственности, которое играет важную роль в создании условий для конкуренции.

Именно поэтому, многие страны формирующие рыночные отношения уделяют большое внимание к развитию малого бизнеса и частного предпринимательства как фактора

экономического роста. Так как малый бизнес обладает некоторыми отличающимися особенностями, такими как высокая приспособляемость к сложной экономической обстановке, отсутствия четкой специализации, стремление к максимальной самостоятельности, содействие формированию класса собственников. Связи с этим начиная с 2003 года специалистами Всемирного банка составляется рейтинг «Ведение бизнеса», оценивающий деловую активность в странах мира, особенности ведения бизнеса и ограничения, существующие в странах. При осуществлении оценки до 2015 года в экономика 189 стран мира по уровню ведения бизнеса были использованы 11 показателей, а в этом году использовалось только 10 из них, но 11-й показатель также рассматривается в контексте остальных 10-ти. Рейтинг оценивает позиции страны по регистрации предприятий, получение разрешений на строительство, подключение к системе электроснабжения, регистрация собственности, получение кредитов, защита миноритарных инвесторов, налогообложение, международная торговля, обеспечение исполнения контрактов, разрешение неплатежеспособности, а особенности регулирования рынка труда в этом году также рассматривается в рейтинге, но в качестве ключевого индикатора не выделен. Каждый из этих показателей оценивался в отношении к другим странам мира (в целом) и внутри региона. [1]

Если обратим внимание на данные ниже приведенной таблицы 1 лидером по ведению бизнеса в 2015 году был Сингапур. Помимо Сингапура в десятку лидеров Рейтинга входят Новая Зеландия, Гонконг (Китай), Дания, Республика Корея, Норвегия, США, Соединенное Королевство Великобритании и Северной Ирландии, Финляндия и Австралия. По рейтингу «Ведению бизнеса-2016», Сингапур также остался лидером. Стоит отметить, что в индивидуальном про файле этой страны практически по всем

параметрам наблюдается отсутствие изменений положения в рейтинге. Однако по таким показателям как регистрация бизнеса, получение кредитов, разрешение неплатежеспособности и регистрация собственности наблюдается спад. Это не говорит о том, что в законодательстве страны были существенные изменения, это говорит о том, что изменения произошли в законодательствах других стран, которые сделали ведение бизнеса в них комфортнее, чем в Сингапуре. В десятку лидеров вошли Швеция и Тайвань (Китай), вытеснив Австралию.

Как отмечают составители «Doing Business», набор индикаторов для сравнения намеренно узкий, и охватывает лишь те аспекты, которые продемонстрируют показатели страны в части разрешительных процедур, экспорта-импорта товаров и другие актуальные позиции развития экономик стран, не касаясь других сфер, таких как политика и прочие, если они напрямую с экономикой не связаны.

Согласно Рейтингу «Doing Business — 2016» изменение качества регулирования и эффективности, составленному, по легкости ведения бизнеса среди 189 стран мира позиции стран СНГ следующие: Армения (35 место), Казахстан (41), Республика Беларусь (44), Российская Федерация (51), Молдова (52), Азербайджан (63), Республика Кыргызстан (67), Украина (83), Узбекистан (87), Таджикистан (132). Туркменистан в Рейтинге не рассматривался. Как видно Узбекистан занимает 87 позицию. В предыдущем Рейтинге «Doing Business — 2015»: выходя за рамки эффективности республика находилась на 103 месте.

Реформы в сфере бизнеса в Узбекистане упрощают условия регистрации, получения разрешительных документов для субъектов предпринимательства. Это привело к значительному росту Узбекистана. С учетом методологии рейтинговой оценки такой успех обеспечили индикаторы получение кредитов, регистрация собственности, реги-

Таблица 1. Лидеры по ведению бизнеса по рейтингу «Ведение бизнеса — 2015»*

| Страна | Рейтинг, опубликованный в докладе «Ведение бизнеса — 2015» | Рейтинг, с учетом текущих данных и результатов симуляции | Совокупный показатель удаленности от передового рубежа (1–100 баллов) |
|--|--|--|---|
| Сингапур | 1 | 1 | 88,27 |
| Новая Зеландия | 2 | 2 | 86,91 |
| Гонконг, Китай | 3 | 3 | 84,97 |
| Дания | 4 | 4 | 84,20 |
| Республика Корея | 5 | 5 | 83,40 |
| Норвегия | 6 | 6 | 82,40 |
| Соединенные Штаты Америки | 7 | 7 | 81,98 |
| Соединенное Королевство Великобритании и Северной Ирландии | 8 | 8 | 80,96 |
| Финляндия | 9 | 9 | 80,83 |
| Австралия | 10 | 10 | 80,66 |

*Источник. DB15-Simulator-Russian. xls

страция предприятий, налогообложение. На стабильном уровне остались показатели обеспечение исполнения контрактов и разрешение неплатежеспособности. Потери были в показателях подключения к системе электроснабжения, получение разрешений на строительство, защита миноритарных инвесторов и международная торговля. Необходимо отметить, что по показателям получение кредитов и регистрация предприятий Узбекистан занимает 42 позицию в мире. Рост в показателе «Получение кредитов» говорит о хорошем взаимодействии банков с предпринимателями, в том числе и с выпускниками колледжей. Что касается самих процедур их оформления, банки страны, а также организации, нацеленные на поддержку малого бизнеса, охотно помогают в оформлении соответствующей документации. Не последнюю роль сыграло и наличие Единого залогового реестра, который был внедрен в качестве механизма по обеспечению кредитных обязательств обратившегося. В рамках данного показателя оценивались и юридические права: а именно в какой степени законодательство по обеспечению обязательств и банкротству защищает права заемщиков и кредиторов, способствует кредитованию. По позиции «Регистрация собственности» — 87 место. Стабильные показатели «Обеспечение исполнения контрактов» и «Разрешение неплатежеспособности» обеспечили Узбекистану 35 и 75 места в общемировом Рейтинге. Но вместе с тем, Узбекистан потерял свою позицию по защите миноритарных инвесторов спустившись на 88, по подключению к системе электроснабжения на 112, по получению разрешения на строительство на 151, а по международной торговле на 159 места. [2]

В результате принятых мер по стимулированию развития малого бизнеса и частного предпринимательства в 2014 году создано свыше 20 тысяч новых субъектов малого бизнеса без учета фермерских и дехканских хозяйств, а их общее количество составило свыше 195 тысяч, а доля малого бизнеса и частного предпринимательства в формировании ВВП выросла до 56 процентов, а в производстве промышленной продукции — до 31,1 процента. В 2014 году в сфере малого бизнеса и частного предпринимательства было создано более 480 тысяч новых рабочих мест, или каждое второе. В настоящее время в этой сфере экономики трудится более 76,5 процента всего занятого населения. В опубликованном Всемирным банком обновленном рейтинге стран по уровню экономического развития, определяемого по размеру валового внутреннего продукта, рассчитанного по паритету покупательской способности, среди 190 стран мира Узбекистан поднялся на 66-е место.

В целях создания благоприятной деловой среды для развития малого бизнеса разработаны 20 проектов нормативно-правовых актов, в том числе 5 проектов законов, 5 проектов решений Президента Республики Узбекистан, 10 проектов решений правительства. В целях поддержки развития предпринимательской деятельности и содействия в организации малых производств в течение I

полугодия 2015 года субъектам малого бизнеса выделены кредиты в размере 6,4 трлн. сум., рост в 1,3 раза, по сравнению с аналогичным периодом 2014 года.

В I полугодии 2015 года Фонд поддержки экспорта субъектов малого бизнеса и частного предпринимательства при Национальном банке внешнеэкономической деятельности активно оказывал организационные, правовые и финансовые услуги по экспорту продукции. В результате экспорт продукции (товаров и услуг) в текущем полугодии увеличился до 1718,6 млн. долл. США, что составило 27,0% общего его объема. Доля частного сектора в экспорте составляет 3,5%. Объем импорта малого предпринимательства составил 2759,2 млн. долл. США, или 44,0% общего его объема, при этом доля частного сектора составила 5,6%. В рамках реализации Программы дальнейшего реформирования, структурных преобразований и диверсификации экономики на 2015–2019 годы одним из важнейших стратегических программных направлений отмечено повышение участия субъектов малого предпринимательства в обеспечении сохранения высоких темпов роста и положительной динамики всех макроэкономических показателей экономики республики. [3]

Хотя в Узбекистане наблюдается стабильный рост и происходит развития бизнеса, несмотря на это современное состояние деловой среды и условия ведения бизнеса в стране пока в полной мере не отвечают требованиям и принципам свободной рыночной экономики, общепринятым международным нормам. Предприниматели Узбекистана 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. Необходимо усилить нормы законодательной защиты прав и гарантий для субъектов предпринимательства и владельцев частной собственности. И здесь первостепенное значение имеет повышение роли судебных органов в защите законных прав и интересов частных собственников, усиление ответственности должностных лиц государственных, правоохранительных и контролирующих органов за незаконное вмешательство в хозяйственную и финансовую деятельность субъектов предпринимательства. Учитывая эти недостатки, приходится еще и еще раз обращать внимание на дальнейшее сокращение сроков, упрощение и удешевление различных разрешительных процедур для организации и ведения предпринимательской деятельности, а также устранение и недопущение излишних бюрократических барьеров на пути предпринимательства.

В заключении можно отметить, что учитывая, изменения таможенных процедур, упрощающих деятельность предпринимателей и онлайн-магазинов, пересмотр Закона «Об электронной коммерции», процедур подключения к электрическим сетям, что с 1 января 2016 года предприниматели будут получать 16 услуг посредством центров «одно окно», что значительно упростит их взаимодействие с государственными органами и уполномоченными

организациями. Среди нововведений, которые, возможно, будут отмечены составителями Рейтинга 2017 года, станут отмена круглой печати для субъектов предпринимательства и другие процедуры, упрощающие их деятельность.

Литература:

1. «DoingBusiness-2016»: Узбекистан улучшил позиции. http://www.norma.uz/nashi_obzori/doing_business-2016
2. Узбекистан в Doing business 2015: причины роста. http://www.norma.uz/nashi_obzori/vedenie_biznesa_v_uzbekistane_prichiny_uspeha
3. Экономика Узбекистана информационно-аналитический бюллетень за январь-июнь 2015 года. <http://www.cer.uz>
4. И. Каримов. Создание в 2015 году широких возможностей для развития частной собственности и частного предпринимательства путем осуществления коренных структурных преобразований в экономике страны, последовательного продолжения процессов модернизации и диверсификации — наша приоритетная задача. Т «Узбекистан». 2015 г.

Эконометрическое моделирование доли налога на прибыль организаций в доходах консолидированного бюджета РФ

Царева Ольга Евгеньевна, магистрант
Оренбургский государственный университет

В настоящей статье рассматривается возможность измерения влияния таких факторов как доход консолидированного бюджета РФ и доли налога на прибыль в консолидированном бюджете. На основе имеющихся показателей доли налога на прибыль организаций в доходах консолидированного бюджета РФ построили прогноз налога на прибыль организаций на 2016–2017 гг. методом экспоненциального сглаживания. Выявили, что прогнозы доли налога на прибыль организаций в доходах консолидированного бюджета РФ по плану, утвержденного Государственной Думой и проведенными нами отличаются. Это можно объяснить рядом причин экономического и политического факторов, которые не учитывает модель построения прогноза на будущее методом экспоненциального сглаживания

Ключевые слова: бюджет РФ, консолидированный бюджет РФ, налог на прибыль, доходы и расходы бюджета РФ, прогноз налога на прибыль.

В соответствии со статьей Бюджетного кодекса РФ, консолидированный бюджет — это свод бюджетов всех уровней, который включает в себя федеральный бюджет и консолидированные бюджеты субъектов РФ. Консолидированный бюджет субъекта РФ состоит из регионального бюджета, т. е. бюджет субъекта РФ, и местного бюджета.

Без расчета показателей консолидированных бюджетов невозможно сводное финансовое планирование. Из консолидированных бюджетов берутся показатели сводного финансового баланса государства и территориальных сводных финансовых балансов. В доходной части баланса используются: налог на добавленную стоимость и акцизы, налог на имущество, налог на прибыль, налоги на внешнюю торговлю, средства бюджетных целевых фондов и т. д.

Расходная часть включает: расходы на социально-культурные мероприятия, которые финансируются за счет бюджета, затраты на государственные инвестиции, государственные дотации, расходы на науку из бюджета,

на оборону, расходы на содержание правоохранительных органов, органов власти, судов прокуратуры и др.

Рассмотрим более подробно долю налога на прибыль организаций в доходах консолидированного бюджета РФ.

Налог на прибыль предприятий и организаций играет важное место в российской налоговой системе. Он является инструментом перераспределения национального дохода, а также одним из основных доходных источников федерального бюджета, региональных и местных бюджетов.

Налог на прибыль является одним из основных федеральных налогов, основной прямой налог на юридических лиц. После определения себестоимости и корректировки затрат для целей налогообложения определяется прибыль, которая является объектом налогообложения. Как и все федеральные налоги, налог на прибыль является общеобязательным. Он взимается на всей территории РФ.

Законом определено, что основные плательщики налога на прибыль — это все предприятия и организации разных отраслей народного хозяйства и организационно-правовых форм, являющиеся юридическими лицами

по законодательству РФ, включая предприятия с иностранными инвестициями, филиалы и другие аналогичные подразделения, имеющие отдельный баланс и расчетный счет, иностранные фирмы, осуществляющие предпринимательскую деятельность на территории России.

Объектом обложения налогом является валовая прибыль предприятия, уменьшенная (увеличенная) в соответствии с положениями, предусмотренными Законом «О налоге на прибыль предприятий и организаций». Валовая прибыль представляет собой сумму прибыли (убытка) от реализации продукции (работ, услуг), основных фондов, иного имущества предприятия и доходов от внереализационных операций, уменьшенных на сумму расходов по этим операциям. Прибыль (убыток) от реализации продукции (работ, услуг) определяется как разница между выручкой от реализации продукции (работ, услуг), исключая налог на добавленную стоимость и акцизы, с одной стороны, и затратами на производство и реализацию, включаемыми в себестоимость продукции (работ, услуг), — с другой.

Налог на прибыль организаций является частью консолидированного бюджета РФ. Удельный вес налога на прибыль организаций 2014 году составляет 9,06% от доходов консолидированного бюджета России. Динамика доли налога на прибыль организаций в доходах консолидированного бюджета РФ представлена на рисунке 1.

С 1993 прослеживается яркая тенденция снижения доли налога на прибыль организаций в консолидированном бюджете РФ, спад обусловлен трудностями российской экономике после перехода к рыночной экономике.

Как видно из приведенных данных, в 2000 г. налог на прибыль в консолидированном бюджете России сократился по сравнению с уровнем прошлых лет. Причиной снижения является снижением ставки с 35% до 24% с отменой всех инвестиционных льгот. Помимо этого, с 2002 г.

наблюдается сокращение поступлений налога на прибыль в консолидированный бюджет России.

С 2004 года по 2007 год прослеживается яркая тенденция увеличения доли налога на прибыль в консолидированном бюджете РФ, однако удельный вес увеличился не за весь период, т. к. общий доход консолидированного бюджета увеличился в больших темпах, чем налог на прибыль. Динамику поступлений налога на прибыль, по макропоказателям, можно считать стабильной. Одним из влиятельных факторов, воздействовавших на рост поступлений налога на прибыль организаций, явился прогресс результатов финансово-хозяйственной деятельности организаций. На рост поступлений налога на прибыль с 2004—2007 году оказало влияние и снижение 2,3% доли нерентабельных организаций.

Однако следует отметить, что объем фактических поступлений сопоставим с темпами роста инфляции. При таких условиях можно усомниться в реальной эффективности налогового администрирования со стороны Министерства по налогам и сборам РФ. Накопленный налог на прибыль едва восполняет обесценение рублевых средств в связи с ростом цен.

С 2008 года по 2010 видна тенденция сокращения налоговых сборов в консолидированный бюджет РФ, в связи с минувшим кризисом.

Негативное воздействие на объем налоговых поступлений по налогу на прибыль оказало также перемещение доходов из налоговой базы по налогу на прибыль в налоговую базу налогов, собираемых с организаций, перешедших на применение специальных режимов налогообложения, в случае, если на эти режимы перешли организации, ранее применявшие общий порядок налогообложения.

Из данных, приведенных на рисунке 1 видно, что удельный вес налога на прибыль в структуре консо-

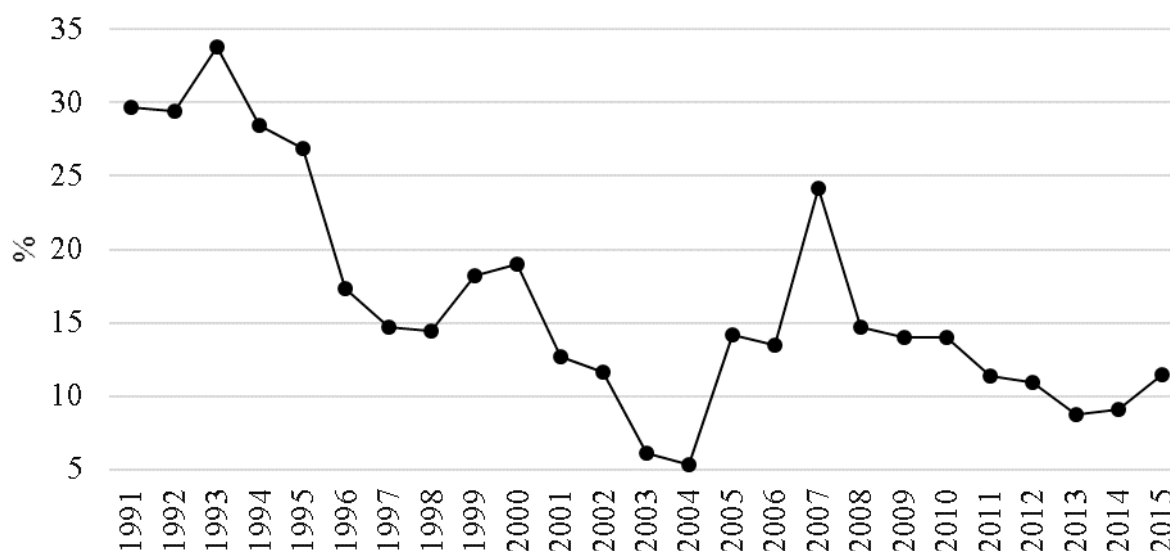


Рис. 1. Динамика доли налога на прибыль организаций в доходах консолидированного бюджета РФ

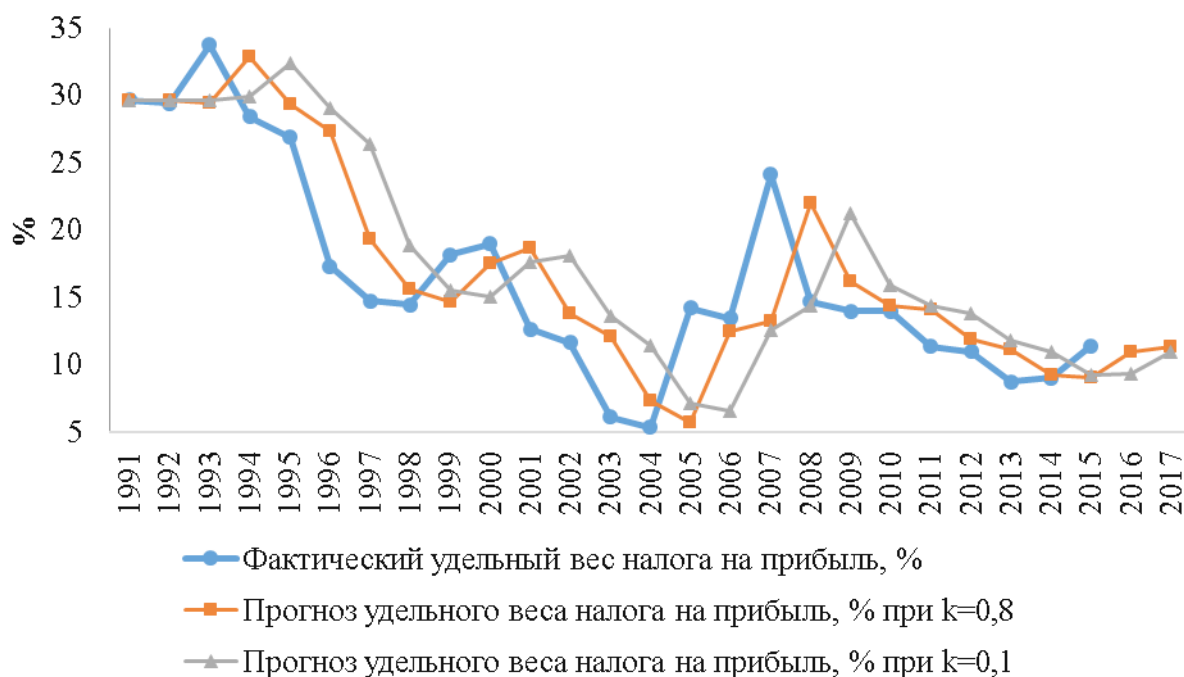


Рис. 2. Прогноз доли налога на прибыль организаций в консолидированном бюджете РФ

лидированного бюджета снизился с 14,74% в 2008 г. до 9,06% в 2014 г. Таким образом, следует ожидать рост доли субъектов и, соответственно, снижение доли налога на прибыль в общей массе сборов консолидированного бюджета в будущем.

План по доходам консолидированного бюджета, утвержденный Государственной Думой, на 2015 год составляет 15079,56 трлн. рублей, что на 3391,91 трлн. рублей меньше чем в 2014 году. Налог на прибыль по плану 2015 года составляет 1723,85 трлн. рублей, что на 49,61 трлн. рублей больше, чем в 2014 году, что соответственно увеличивает долю налога на прибыль в консолидированном бюджете РФ. Увеличение доли налога на прибыль в консолидированном бюджете РФ, в большей степени зависит от сопоставимости с темпами роста инфляции. На протяжении больше года наблюдается тенденция обесценивания рубля. Однако следует отметить, что увеличение можно объяснить ростом продовольственных предприятий в связи с программой роста импорта-замещения отечественных товаров, что представляет положительную динамику устойчивости экономики страны.

Построим прогноз налога на прибыль организаций на 2016–2017 гг. методом экспоненциального сглаживания.

Прогноз по методу экспоненциального сглаживания — оптимальный вариант прогноза. Для построения про-

гнозов налога на прибыль организаций построим две модели.

Для расчета прогнозов используем следующую формулу:

$$\hat{Y}_{t+1} = k \times Y_t + (1 - k) \times \hat{Y}_t;$$

Где:

\hat{Y}_{t+1} — прогноз на следующий период $t + 1$;

Y_t — данные для прогноза за текущий период t (на пример, продажи по месяцам);

k — коэффициент сглаживания ряда, k задается вручную и находится в диапазоне от 0 до 1, $0 < k < 1$, мы возьмём $k = 0,8$ и $k = 0,1$;

\hat{Y}_t — значение прогноза на текущий период t .

Причем в первый период (месяц) $\hat{Y}_1 = Y_1$, т.е. \hat{Y}_t в первый период равны налоговым поступлениям в этот период.

Т. о. прогнозы доли налога на прибыль организаций в доходах консолидированного бюджета РФ по плану, утвержденного Государственной Думой и проведенными нами отличаются. Это можно объяснить рядом причин экономического и политического факторов, которые не учитывает модель построения прогноза на будущее методом экспоненциального сглаживания.

Литература:

1. Рощина, О. Ю. О представлении уведомлений об уплате налога на прибыль организациями, имеющими обособленные подразделения на территории одного субъекта РФ/О. Ю. Рощина // Официальные материалы для бухгалтера. Комментарии и консультации, 2009. — № 9. — с. 12–14.

2. Федеральный закон от 2 декабря 2013 г. N 349-ФЗ «О федеральном бюджете на 2014 год и на плановый период 2015 и 2016 годов» (с изменениями и дополнениями). http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_155198/
3. Цыпин, А. П. О статистических методах периодизации исторических временных рядов макроэкономических показателей / А. П. Цыпин // Вестник НГУЭУ. 2014. № 4. с. 88–100.
4. Цыпин, А. П. Статистический анализ трансформации экономики России: диссертация на соискание ученой степени канд. экон. наук: 08.00.12 / А. П. Цыпин. — Оренбург, 2005. — 199 с.

Инвестиционный сектор стран БРИКС: тенденции развития и роль на рынке внешних прямых иностранных инвестиций

Цогоева Марина Ибрагимовна, кандидат экономических наук, доцент;
Цоков Заур Борисович, студент
Северо-Осетинский государственный университет имени К. Л. Хетагурова (г. Владикавказ)

Внешние прямые инвестиции играют важную роль в развитии экономического сотрудничества стран БРИКС. Среди развивающихся экономических систем стран БРИКС Российская Федерация вторая по объему внешних инвестиций, превзойденная только Китаем. В статье исследуются особенности развития рынка внешних иностранных инвестиций, обозначена роль Китая на мировом рынке внешних прямых иностранных инвестиций и на рынке инвестиций стран БРИКС, а также рассмотрены формы российских внешних прямых иностранных инвестиций, включая их динамику и географическое место назначения.

Ключевые слова: прямые иностранные инвестиции, внешние прямые иностранные инвестиции, страны БРИКС, российские транснациональные компании.

Прямые иностранные инвестиции это главный в экономической интеграции стран или экономической зоне источник финансирования капитала инвестиции. Кроме того, прямые инвестиции могут помочь передачей технологий, экспертных знаний, а также организационного капитала между странами, таким образом, простимулировав производительность.

В настоящее время доходность прямых иностранных инвестиций, является важным индикатором международного экономического климата, и является значимым как для инвестора, так и для государства. Подавляющая часть экономических исследований все еще сосредоточена на внешних прямых иностранных инвестициях из развитых стран в развивающиеся страны. Хотя развитые страны и остаются ведущими экономиками осуществляющие прямые внешние иностранные инвестиции, не стоит преуменьшать долю развивающихся стран, а также стран с переходной экономикой, особенно страны группы БРИКС имеющие значительную международную экономическую роль, уделяя значительное внимание в развитие аграрных рынков менее развитых стран [1,96]

Имеющиеся исследования доказывают, что страны БРИКС являются основными участниками на рынке прямых иностранных инвестиций. За прошлое десятилетие страны БРИКС стали важными инвесторами, объем их внешних прямых иностранных инвестиций повысился с 7 миллиардов долларов США в 2000 к 252 миллиардам

долларов США в 2014, и составил 20% мировых инвестиционных потоков.

Вместе с тем, необходимо отметить, что на данном сегменте рынке преобладает отток прямых иностранных инвестиций, что предопределено следующими особенностями развития инвестиционных потоков стран БРИКС:

1. Рост оттока прямых иностранных инвестиций начался раньше, чем приток;
2. В 2009 оттоки из стран БРИКС уменьшились только на 26%, по сравнению с 41% для мира в целом, из-за эластичности инвесторов БРИКС к кризису;
3. Страны БРИКС — значительные инвесторы в Африке, в 2010 их доля прямых внешних иностранных инвестиций и запасы капитала на этом континент, достигали 14% и 25%
4. Роль БРИКС как инвесторы выросла существенно, составляя 10% мировых внешних инвестиций в 2012, тогда как в 2002 году составляла лишь 1%;
5. Из группы стран БРИКС, Китай и Российская Федерация занимают крупные позиции по внешним иностранным инвестициям, 54% и 40% соответственно.

Анализ статистических данных (рисунки 1–3) свидетельствует об увеличении потоков внешних прямых иностранных инвестиций, осуществлявшихся в основном за счет России и Китая. Быстрый экономический рост Китая за прошедшие два десятилетия и становление китайской экономики второй по величине в мире объясняет

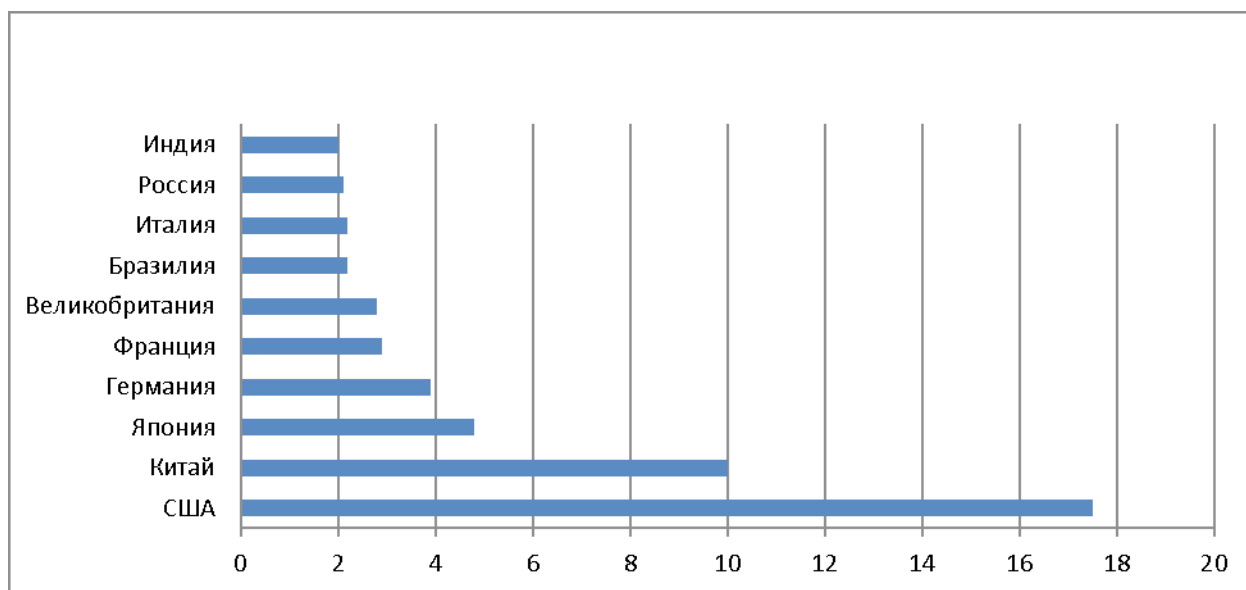


Рис. 1. Топ 10 стран инвесторов, 2015 г. (миллионы долларов США)

Источник: основано на данных <http://www.investopedia.com/>

превалирование китайских инвестиций среди развивающихся стран и стран с переходной экономикой [2, 21]

Основываясь на данных Global Insight. IHS, Китай станет самой большой мировой экономикой в 2025 году, экономика страны достигнет 19,9% мирового ВВП, что непременно скажется на объемах валовых инвестиций.

Россия и Китай обеспечат рост прямых иностранных инвестиций более чем на 70% для стран БРИКС по сравнению с аналогичным показателем 2005–2008 годов. Однако финансовый кризис и дальнейшая рецессия экономики приостановили потоки внешних иностранных инвестиций. В 2012 и 2013 годах в Бразилии и Индии имел

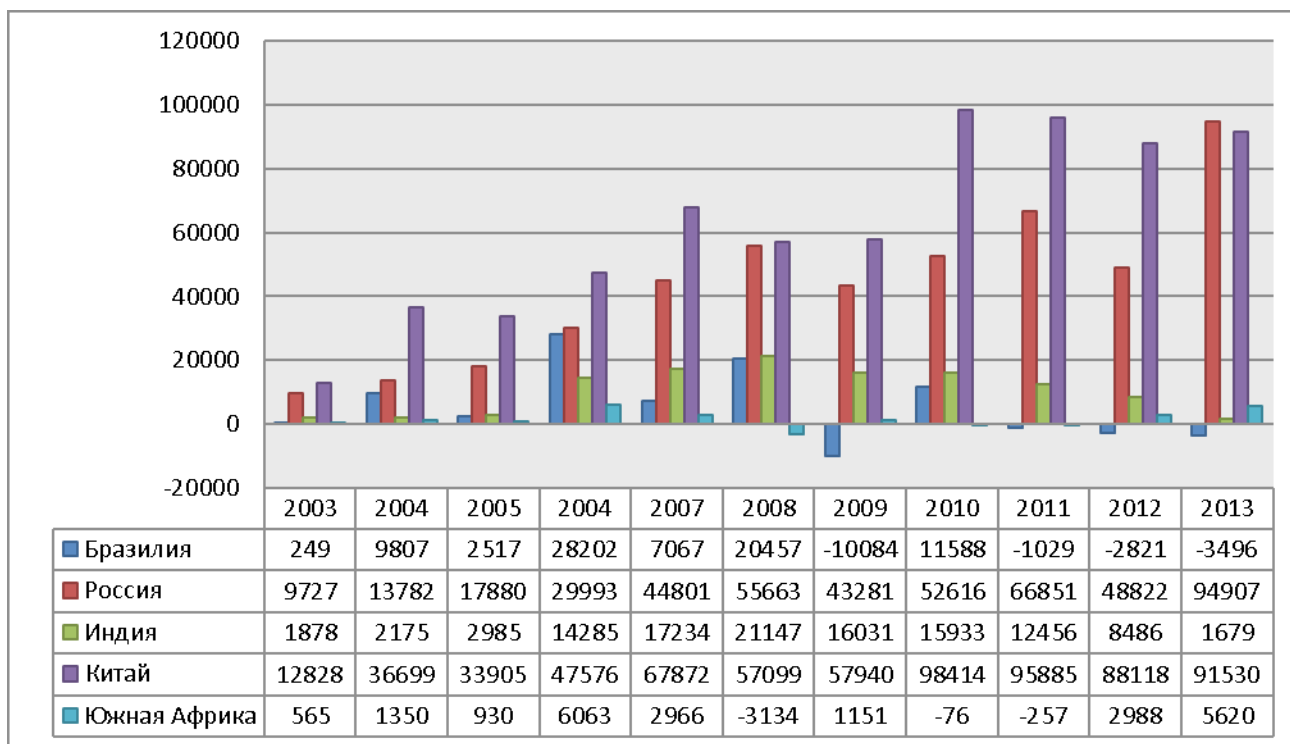


Рис. 2. Внешние прямые иностранные инвестиции стран БРИКС, 2003–2013 гг. (миллионы долларов США)

Источник: основано на данных от базы данных прямых иностранных инвестиций UNCTAD// <http://unctad.org/>

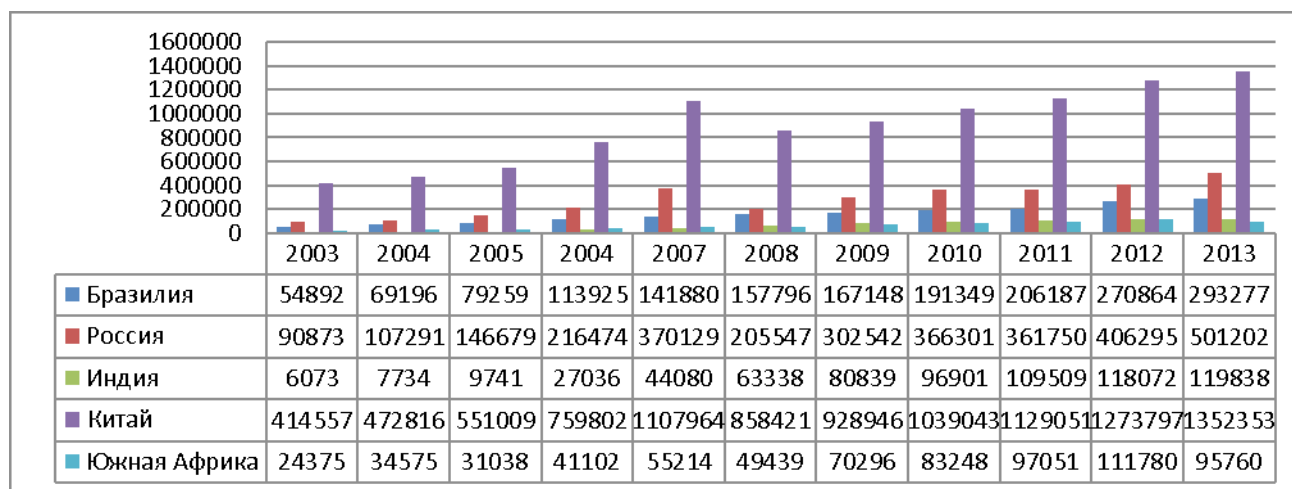


Рис. 3. Запасы внешних прямых иностранных инвестиций стран БРИКС, 2003–2013 гг. (миллионы долларов США)

Источник: основано на данных от базы данных прямых иностранных инвестиций UNCTAD <http://unctad.org/>

место спад экономического развития.

Россия, богатая природными ресурсами, сырьем, полезными ископаемыми и энергией, имеет значительный инвестиционный потенциал и ресурсы для развития промышленности и расширения торговли и является приоритетной для инвестирования капитала в долгосрочной перспективе. Экономика России традиционно занимает важное место в глобальной системе энергоснабжения. В начале 21 века российские компании стали прибегать к стратегиям транснационализации.

Россия выделяется среди стран с переходной экономикой, как страна с самым высоким отношением внешних прямых иностранных инвестиций к внутренним, и как чистая капитальная страна-экспортер. Российские потоки внешних иностранных прямых инвестиций увеличились значительно в 2000-х после относительно медленного начала и скромного ежегодного роста в 1990-х. С 2000 по 2008 наблюдался рост внешних прямых иностранных инвестиций России до 55.66 миллиардов долларов США. С финансовым кризисом во второй половине 2008, который глубоко затронул российскую экономику, внешние

инвестиции сократились в 2009 до 43.28 миллиарда долларов США, но быстро восстановили тренд к росту. Таким образом, в 2010 году потоки прямых иностранных инвестиций из России, достигли докризисного уровня — 52.62 миллиарда долларов США, а в 2011 году достигли отметки 66.85 миллиарда долларов США (таблица 1).

Среди российских ТНК, слияния и приобретения иностранных активов более популярны, чем проекты нового строительства (Greenfield projects). С другой стороны, в 2013 году в общей сложности было зарегистрировано 142 международных Гринфилд проектов с прямыми иностранными инвестициями из Российской Федерации, по сравнению с 162 проектами прямых иностранных инвестиций в 2011 (–12.3%).

Российские фирмы главным образом инвестировали прямые иностранные инвестиции в проекты, связанные с разведкой сырья и в логистические проекты с доступом к стратегическим предметам потребления. Увеличение прямых иностранных инвестиций было, главным образом, связано с этими сырьевыми компаниями: Лукойл, Транснефть (нефтяной сектор), Еврохим и Акрон (агрохими-

Таблица 1. Потоки прямых иностранных инвестиций России, направленных наружу, 2014. (миллионы долларов США)

| | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 |
|--|-------|-------|-------|-------|-------|
| Потоки прямых иностранных инвестиций | 52616 | 66851 | 48822 | 86506 | 56438 |
| Прямые иностранные инвестиции, направленные на Greenfield проекты | 14885 | 14619 | 4251 | 16376 | 4569 |
| Прямые иностранные инвестиции, направленные на международные проекты по поглощению и слиянию | 2882 | 29859 | 7201 | 2242 | 5525 |

Источник: основано на данных от базы UNCTAD. World Investment Report 2015 <http://unctad.org/>

Таблица 2. Объем прямых иностранных инвестиций из стран БРИКС в другие страны БРИКС.
(миллионы долларов США)

| Страна | БРИКС | Бразилия | Китай | Индия | Россия | Южная Африка |
|--------------|---------|----------|---------|--------|--------|--------------|
| БРИКС | 28599,5 | 1222,4 | 13570,8 | 1795,6 | 7671,5 | 4339,1 |
| Бразилия | 514,1 | - | 447,5 | 15,8 | 0,1 | 50,7 |
| Китай | 9552,5 | 1071,8 | - | 657,4 | 3763,6 | 4059,7 |
| Индия | 1987,1 | 73,9 | 228,7 | - | 1490,4 | 194,1 |
| Россия | 1139,9 | - | 123,1 | 982,3 | - | 34,5 |
| Южная Африка | 15405,8 | 76,8 | 12771,5 | 140,1 | 2417,4 | - |

Ресурс: UNCTAD. *Global Investment Trends Monitor, 2014* <http://unctad.org/>

каты), Русал и Норильский никель (цветные металлы) и предприятиями производящими оборудование. С другой стороны банковское дело стало областью массового российского инвестиционного расширения за границей.

С 2007 Банк России начал издавать подробную статистику по географическому распределению внешних российских прямых иностранных инвестиций, чтобы подчеркнуть приоритеты российских инвесторов во время мирового кризиса. Кипр, вместе с Нидерландами и Британскими Виргинскими островами крупнейшие получатели прямых иностранных инвестиций от России. Среди других основных получателей инвестиций из России также страны Содружества Независимых Государств и Центральная и Юго-восточная Европа.

Согласно статистике, выпущенной Федеральной службой государственной статистики России, ключевые получатели российских инвестиций — это передовые рынки Европы и США. Но в последние годы прослеживаются определенные интересные изменения в географических приоритетах российских транснациональных корпораций. Кроме того расширение российских транснациональных корпораций в страны БРИКС довольно недавнее, но быстрое, будучи мотивированным жела-

нием расширить свои рынок в ключевых развивающихся странах (таблица 2).

Увеличение российских транснациональных корпораций стало частью современной экономической действительностью. В целом ключевые получатели российских инвестиций: продвинутые Западные рынки, Кипр, Нидерланды, Британские Виргинские острова, Швейцария, Люксембург, Соединенное Королевство и Соединенные Штаты.

Российские транснациональные корпорации также определили модель инвестиционного сотрудничества с Африкой. Расширение российскими транснациональными корпорациями на втором по величине континенте в мире проходило быстро. Основная цель российских компаний состоит в том, чтобы увеличить поставки сырья и получить доступ к местным рынкам. Русал — самый большой в мире производитель алюминия уже осуществляет инвестиционную деятельность в Южной Африке, Нигерии, Анголе и Гвинее.

Глобальная среда прямых иностранных инвестиций быстро изменчива. Технологический и логистический прогресс, усаливающаяся конкуренция стимулируют рост глобальных инвестиции.

Литература:

1. Цогоева, М. И., Цоков З. Б. Китай и инвестирование в сельское хозяйство Африки. *Международный научно-исследовательский журнал*. 2015. № 8–1 (39). с. 96–98.
2. Цогоева, М. И., Цоков З. Б. Китайские инициативы по реформированию глобальной архитектуры финансов. *Журнал научных и прикладных исследований*. 2015. № 7. с. 20–22
3. Конференция ООН по торговле и развитию (ЮНКТАД/UNCTAD) <http://unctad.org/>
4. *World Investment report 2013*
5. *World Investment report 2015*
6. Официальный сайт представительства РФ в БРИКС <http://brics2015.ru>
7. Центральный Банк РФ <http://www.cbr.ru/>
8. Электронный источник <http://www.investopedia.com/>

Пути повышения роли коммерческих банков в развитии экономики региона

Цыганкова Алена Игоревна, магистрант
Тюменский государственный университет

Развитие рыночной экономики невозможно без надежной банковской системы, в которой коммерческие банки являются центрами финансовой системы, сосредотачивают финансовые ресурсы вкладчиков и открывают возможности доступа к источникам заемных ресурсов.

Выступая посредниками в перераспределении капиталов путем трансформации временно свободных средств в инвестиции, банки существенно повышают общую эффективность производства [1, с. 82].

Развитие коммерческих банков в экономике Казахстана является все более привлекательным и надежным для различных оценок. В этом аспекте становится понятным, что увязывание перспектив экономики страны с банковским сектором должно осуществляться на базе их территориальной оценки. Банковская активность на региональном уровне основана на повышении их конкурентоспособности, что в современных условиях имеет большое практическое значение, которое возрастает в рамках вхождения республики в ВТО. А это является подтверждением того, что на экономическое развитие регионов в наибольшей степени влияет банковский сектор и этот факт находит свое практическое подтверждение на основе реального развития экономики Казахстана. Все вышеизложенное определяет **актуальность** темы исследования.

Коммерческий банк относится к наиболее сложному типу организационно-экономических и социальных систем. С одной стороны, это — специфическая кредитно-финансовая организация, которая должна постоянно обновлять используемые информационные технологии для повышения качества выполнения операций на рынке банковских услуг. С другой стороны, банк обладает основными признаками производственной системы, ориентированной на массовое обслуживание клиентов. В этой системе важно не только качество услуг, которое благодаря современным технологиям можно сделать очень высоким, а также трудоемкость и себестоимость выполнения основных операций. Специфическая роль, которую играют банки в экономической жизни общества, предопределяет и то, что они являются объектами, требующими особого внимания, контроля (а при необходимости — и вмешательства) со стороны органов государственного управления. Последний фактор подчеркивает практическую значимость проблемы ввода определения понятия «банк», так как оно становится критерием, в соответствии с которым принимается решение о том, должен или нет тот или иной экономический институт подпадать под меры государственного регулирования.

Автором предлагается сформулировать понятие коммерческого банка как, учреждение, которое осуществ-

ляет свою деятельность на основании полученной от центрального банка лицензии, за счет различных источников, на основании сформированной кредитной политики, на собственный риск, с целью получения максимальной прибыли от своей деятельности.

На рисунке 1 представлены основные функции коммерческих банков на региональном уровне.

Сущность деятельности банков проявляется в выполнении ими определенных функций:

- 1) Аккумуляция временно свободных денежных средств, сбережений и накоплений (деPOSITные операции);
- 2) Кредитование экономики и населения (активные операции);
- 3) Выпуск кредитных денег;
- 4) Организация и проведение безналичных расчетов;
- 5) Инвестиционная деятельность;
- 6) Прочие финансовые услуги.

На уровне региона можно рассматривать следующие критерии и соответствующие им показатели социально-экономического развития: ВВП или ВВП (абсолютная величина и на душу населения) и темпы роста этих показателей; средний уровень доходов населения и степень их дифференциации; продолжительность жизни, уровень физического и психического здоровья людей; уровень образования; уровень потребления материальных благ и услуг (продуктов питания, жилья, телефонных услуг), обеспеченность домашних хозяйств товарами длительного пользования; уровень здравоохранения (обеспеченность поликлиниками, аптеками, больницами, диагностическими центрами и услугами скорой помощи, качество предоставляемых медицинских услуг); состояние окружающей среды; равенство возможностей людей, развитие малого бизнеса; обогащение культурной жизни людей.

Исследование показало, что современная казахстанская практика взаимодействия БВУ и субъектов экономики требует своего совершенствования как с точки зрения расширения объектов кредитования, так и дифференциации условий предоставления кредитов и принятия депозитов. Известно, что большинство коммерческих банков в нашей стране сегодня сводят «обслуживание частных лиц» лишь к привлечению средств во вклады.

С нашей точки зрения, необходимо развивать комплексное банковское обслуживание населения, предоставляя последним широкий выбор банковских продуктов и услуг, увеличивая доходы, формируя ресурсную базу банка, расширять кредитные взаимодействия с населением. Макроэкономическая стабилизация в целом и преодоление инфляции, в частности, так же позволят насе-



Рис. 1. Функции коммерческих банков в экономике региона

лению шире использовать банковские ссуды для решения жизненно важных проблем.

Все это указывает на необходимость дальнейшего развития и совершенствования кредитных связей БВУ с населением на основе изучения отечественного и зарубежного опыта.

Дальнейшее развитие и совершенствование кредитных взаимоотношений банков с населением возможно и целесообразно осуществлять на основе изучения и внедрения на практике передового отечественного и зарубежного опыта. Использование опыта других стран в области кредитования частных лиц может идти по мере накопления БВУ опыта по кредитованию, укреплению материально-технической базы, обеспечения необходимыми кадрами, по нескольким направлениям:

1. совершенствования используемых и внедрения новых видов ссуд;
2. повышения качества банковского обслуживания населения;
3. дифференциации условий предоставления ссуд в зависимости от вида ссуды, срока пользования, уровня доходов заемщика и т. д.;
4. унификации порядка оформления и использования кредитов и др.

Дальнейшее улучшение организации кредитования индивидуальных заемщиков требует решения ряда проблем. Потребительские кредиты в настоящее время выдаются не только коммерческими банками, но и предпри-

тиями и организациями, которым кредитные функции не присущи. Кроме того, кредитование потребительских нужд населения многими организациями препятствует решению многих вопросов. Например, отсутствует планирование потребительских кредитов в целом по стране и по отдельным регионам. В кредитных планах банков предусматриваются лишь выдаваемые ими кредиты. Затруднено изучение перспектив дальнейшего развития потребительских кредитов, согласовании условий пользования ими. Выдача и погашение кредитов недостаточно увязаны с показателями баланса денежных доходов и расходов населения. Вышесказанное подтверждает необходимость решения вопроса о постепенной концентрации выдачи всех видов потребительских кредитов в банковской системе и, в первую очередь, в крупных коммерческих банках, располагающих значительными кредитными ресурсами, широкой сетью своих филиалов и РКЦ, максимально приближенных к населению.

Сосредоточение в коммерческих банках выдачи потребительских кредитов, наряду с развитием данной сферы банковских услуг в других коммерческих банках на альтернативной основе, должно содействовать дальнейшему развитию не менее важной функции — организации сберегательного дела (приема депозитов). Поэтому условия выдачи кредитов целесообразно органически увязать с хранением средств населения во вкладах, государственных ценных бумаг, ценных бумаг местных органов власти или самого банка. Одновременно в перспективе

целесообразно развивать разные формы кредитования частных клиентов (текущего и инвестиционного характера), учитывая при этом успешный зарубежный опыт.

В этой связи представляется целесообразным существенно расширить перечень видов ссуд, предоставляемых клиентам на образование, на организацию собственного бизнеса, а так же предоставлять различные услуги, а том числе информируя клиентов о программах стимулирования инвестиций и предпринимательства.

Кроме того, положительный эффект для развития кредитования индивидуальных заемщиков имело бы также:

- введение целевых жилищно-строительных вкладов и предоставление на этой основе первоочередного права на получение инвестиционного кредита владельцам вкладов после соблюдения установленных условий: срока хранения и необходимой суммы накопления средств на вкладе;
- проведение маркетинговых исследований в банков с целью выявления потребности населения в новых видах ссуд;
- повышение уровня информирования частных клиентов банков о новых видах кредитов и банковских услуг;
- максимальный учет интересов клиента, индивидуальный подход при кредитовании.

Далее рассмотрим роль коммерческих банков в развитии экономики региона с позиции формирования ресурсной базы, и, как следствие, дающие возможность населению сберегать свои средства в коммерческих банках.

При этом банки должны предлагать такие продукты, в которых клиенты действительно нуждаются, что предопределяет необходимость маркетингового подхода в их работе. В целом анализ сложившегося состояния рынка депозитов показал, что вкладчики при принятии решения о размещении собственных средств руководствуются, прежде всего, следующими соображениями:

1. Надежность банка.
2. Уровень процентной ставки по вкладам.
3. Сеть учреждений банка и качество обслуживания клиентов.

Изучив передовой опыт зарубежных банков, осуществив анализ тенденций развития рынка банковских услуг населению в РК и за рубежом, выявив национальные и региональные особенности развития системы банковских услуг, автором выделяются следующие основные требования, которые должны быть учтены коммерческими банками при разработке концепции совершенствования обслуживания:

Литература:

1. Заболотный, Г.М., Захарченко В.И., Ступницкий А.М. Рыночная трансформация экономики региона. — Винница: ТОВ «Консоль», 2012. — 536 с.
2. Капран, В.И. и др. Банковские операции. Учебное пособие. — К.: Центр учебной литературы, 2010. — 208 с.
3. Щетинин, А.И. Деньги и кредит: Учебник. -Изд. 2-е, перedel. и доп. — Киев: Центр учебной литературы, 2006. — 432 с.
4. Юхименко, П.И., Федосов В.М., Лазебник Л.Л. и др. Теория финансов: Учебник/За ред. В.М. Федосова, С.И. Юрия. — К.:Центр учебной литературы, 2010. — 576 с.

1. Анализ окружающей среды, рынка, места и роли банка на этом рынке (географическое положение банка, близость к клиенту, достаточность филиальной сети, город или сельская местность, наличие конкурентов и др);

2. Диагностика банка при сохранении влияния действующих факторов;

3. Цели, задачи банка по преодолению выявленных недостатков и достижению оптимального роста (цели кредитной и депозитной политик: анализ рынка и определение целевых рынков с целью минимизации риска; максимизация прибыли в процессе кредитования и привлечения средств в депозиты; оптимизация управления депозитным и кредитным портфелями банка; поддержание ликвидности с позиций управления кредитом (ссудами и займами);

4. Разработка стратегии и тактики банка;

5. Формирование банковской политики (в т.ч. депозитной и кредитной);

6. Контроль за ее исполнением.

Результаты исследования рынка банковского обслуживания населения, а также изучение зарубежной практики позволили автору сделать вывод, что кардинальное направление деятельности банков по привлечению средств в депозиты — это расширение гаммы вкладов. Это доказывают следующие моменты:

- маркетинговый подход в процессе банковского обслуживания частных лиц требует индивидуального подхода к клиенту, строя депозитную политику банков исходя из потребностей клиентов;

- современное состояние рынка банковского обслуживания населения диктует необходимость дифференцированного подхода к различным группам клиентов исходя из особенностей рынка депозитов по операциям с населением;

- широкая гамма банковских услуг повышает рейтинг банка, положительно влияет на его имидж, что позволяет привлекать больше клиентов, расширяя доходную базу банка.

Таким образом, из всего вышесказанного можно сделать вывод о том, что банки играют важнейшую роль в экономике Республики Казахстан. Банковские показатели с одной стороны являются индикаторами развития экономической ситуации в стране, позволяют оценить качество проводимой государственной политики в области экономики, а с другой — мощными инструментами воздействия на экономику.

Благотворительная партнерская программа как инструмент продвижения компании в кризис

Шальнова Ольга Александровна, кандидат экономических наук, доцент
Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова (г. Москва)

Ребрикова Надежда Владимировна, кандидат экономических наук, старший преподаватель
Финансовый университет при Правительстве РФ (г. Москва)

В статье рассматриваются вопросы взаимодействия компаний и благотворительных фондов в условиях кризиса посредством разработки и реализации партнерских стимулирующих программ, способствующих взаимовыгодному достижению целей и задач всех заинтересованных сторон.

Ключевые слова: кризис, корпоративная благотворительность, коммерческая благотворительность, партнерская программа, продвижение, психологический барьер.

5 сентября отмечается Международный день благотворительности — праздник, посвященный одной из наиболее гуманных сфер взаимодействия общества на всех уровнях хозяйствования: государственном, корпоративном, частном. Однако в настоящих сложных условиях, складывающихся на рынке, праздник получил некоторую напряженную окраску.

В настоящей статье мы попробуем рассмотреть возможности взаимодействия компаний и благотворительных организаций в рамках маркетингового сотрудничества в условиях кризиса.

Для начала стоит определить понятия, которые будут использоваться в качестве основных.

Под благотворительной деятельностью, в соответствии с законодательством Российской Федерации (Федеральный закон от 11.08.95 г. N 135-ФЗ «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях» (в ред. от 05.05.2014 г.)), понимается добровольная деятельность граждан и юридических лиц по бескорыстной (безвозмездной или на льготных условиях) передаче гражданам или юридическим лицам имущества, в том числе денежных средств, бескорыстному выполнению работ, предоставлению услуг, оказанию иной поддержки [1].

Однако же, в настоящей статье мы сконцентрируемся на понятиях «корпоративная благотворительность» и «коммерческая благотворительность», имеющих некоторые отличия друг от друга. Корпоративная благотворительность рассматривается как благотворительность, осуществляемая от лица компаний, бюджет на осуществление которой закладывается отдельной строкой или же рассматривается в качестве инвестиций в стратегическое развитие компании. Под корпоративной благотворительностью в большей степени подразумевается «чистая» помощь нуждающимся (не подразумевающая получение прямой и быстрой выгоды), но осуществляемая от лица компании (корпорации).

Коммерческую же благотворительность стоит рассматривать как один из инструментов маркетингового продвижения, целью которой, в конечном счете, все-таки является получение прибыли за счет формирования и под-

держания базы лояльных клиентов, чувствительных к социальным проблемам в обществе и подходам к их устранению [6].

Кризис и его влияние на благотворительность

Если говорить о благотворительности как о сфере деятельности в рамках рыночных отношений, приходится констатировать тот факт, что данное направление зависит от законов рынка в той же степени, что и другие коммерческие процессы.

Нужно признать, что в условиях нестабильности процессы экономии, в т.ч. и в сфере благотворительности, выходят на первое место. Тем более, если мы говорим об участии в благотворительности, как о возможности удовлетворить свои высшие потребности. Вспомним знаменитую пирамиду потребностей А. Маслоу. Конечно, с течением времени было доказано, что не все так однозначно, как представлено в модели, однако в условиях резкого сокращения доходов и режима жесткой экономии данная модель достаточно показательна.

Граждане стремительно сокращают свои статьи расходов, не относящиеся к удовлетворению насущных потребностей. К примеру, согласно данным исследования компании Nielsen, в 2015 году количество людей, не посещающих пабы, бары, ночные клубы и другие места отдыха составило в среднем от 46% (в пабах) до 62% (в ночных клубах). Причем, в 2014 году этот показатель составил от 32% до 45% соответственно. Также, от походов в японские рестораны отказались 36% опрошенных, в итальянские рестораны — 32%, в кофейни — 63%. Причем, интересным фактом является отказ посетителей ресторанов и кафе от сладкого и алкоголя: в этом году лишь 15% посетителей позволили себе десерт и вино, в то время как в 2014 году таких посетителей было 24% [4].

Организации также сокращают свои бюджеты и убирают нецелевые статьи расходов, в т.ч. и на благотворительные нужды.

В настоящее время ситуация все-таки носит еще более специфический характер, чем, например, в 2008—2009 годах, в связи с резкими изменениями курсов валют. Если вдруг компания решила не сокращать статьи рас-

ходов на благотворительность, объемы помощи все равно сокращаются, т.к. большинство бюджетов российских компаний формируется в рублевой валюте. Что в принципе и отмечается большинством благотворителей. Екатерина Чистякова, директор благотворительного фонда «Подари жизнь» отмечает, что фонд ощутил на себе кризис, прежде всего, в связи с ростом валютных курсов, т.к. пожертвования, чаще всего, собираются в рублях, а некоторые виды помощи необходимо оплачивать в валюте либо по актуальному курсу, в связи с чем, и собирать приходится почти вдвое больше средств. На какие-то группы товаров подорожание в 2015 году составило 7–8%, а в каких-то категориях и 100%. Например, кислородные концентраторы, которые раньше стоили 40–50 тысяч рублей, сейчас продаются по цене 80–90 тысяч рублей [2].

Несмотря на модность и престижность данного направления социальной активности в последние годы, участники рынка благотворительности отмечают медленное, но верное формирование культуры благотворительности. По данным исследования организации САФ Россия, проведенного в 2014 году, 59% россиян имеют опыт совершения денежных пожертвований, половина жителей России когда-либо передавали на благотворительные цели вещи или продукты, и лишь около 20% жителей страны никак не участвовали в благотворительности. По оценке организации, средняя сумма, пожертвованная россиянином в 2014 году, составила около 5 тысяч рублей; при этом каждый пятый из 41% респондентов, перечислявших деньги в прошлом году, делал пожертвования ежемесячно [2].

В данных условиях у активного гражданина возникает внутренний диссонанс: социальных проблем меньше не становится, а средств, которые он раньше выделял на участие в благотворительности стало значительно меньше или не осталось совсем.

Но, как это ни удивительно, в условиях кризиса как раз частные лица, обычные граждане увеличили количество отчислений на благотворительность. Сложные условия хозяйствования видимо повлияли на более чуткое и внимательное отношение к проблемам других людей. Также возможной причиной такого сознательного отношения к благотворительности можно назвать организацию массовых акций по сбору средств, в частности, во время популярных ток-шоу на центральных каналах российского телевидения [2].

Та же самая тенденция наблюдается и в сфере корпоративной благотворительности. В кризисных 2008–2009 годах благотворительные бюджеты большинства компаний сократились в два раза, но в течение последующих пяти лет постепенно восстановились до докризисного уровня. [5]. Из чего можно сделать довольно оптимистичный вывод для рынка благотворительности: как только на рынке начинаются улучшения и происходит стабилизация, компании возвращают прежние объемы благотворительности.

Кроме того, отдельного внимания заслуживает трансформация понимания целей и задач корпоративной благотворительности. По результатам исследования, проведенного специалистами Высшей школы менеджмента Санкт-Петербургского Государственного университета (ВШМ СПбГУ), был сделан вывод о повышении уровня сознательности компаний в отношении благотворительности: в качестве главной цели и задач, которые ставили перед собой компании, участвуя в благотворительности, определялось создание «социальной ценности» — в 2014 году о ней упоминали более 88% компаний, в то время как в 2012 году таких было порядка 55%. Такая цель как «повышение конкурентоспособности бизнеса» показала, наоборот, отрицательную динамику — 33,9% в 2014 году против 36,4% в 2012 году [5].

Некоммерческие благотворительные фонды

Отдельно стоит остановиться на некоммерческих благотворительных организациях (НКО). Некоммерческие благотворительные фонды представляют собой организованный сектор рынка благотворительности с прозрачной (в идеале) бухгалтерией. За последние годы отношение к НКО значительно изменилось. В одной из статей мы уже останавливались на формах организации корпоративной благотворительности и сделали однозначный вывод о том, что наиболее оптимальным вариантом для компаний является сотрудничество с благотворительными фондами, т.к. такие НКО лучше знают, куда направить определенную финансовую помощь, располагая информацией о необходимости той или иной материальной помощи различным некоммерческим структурам и частным лицам. Кроме того, благотворительные фонды предоставляют полную финансовую отчетность о расходовании пожертвованных средств [8].

Корпоративные бюджеты, выделяемые на благотворительность все чаще осваиваются через благотворительные фонды, о чем говорят данные исследований. В 2013 году с федеральными НКО сотрудничали 50,8% компаний, а в 2014 году рост превысил 10% — данный показатель увеличился до 62,7%. Также стоит указать и такую форму организации корпоративной благотворительности, связанную с благотворительными фондами, как разработка партнерских программ. На данном направлении также отмечался значительный рост: с 69,8% в 2013 году до 78% в 2014 году [5].

Партнерские стимулирующие программы

Партнерские программы позволяют компании работать с благотворительными фондами в рамках бюджетов маркетинга или продвижения, т.к. сотрудничество происходит в четкой привязке к реализации продукции или услуг компании.

В условиях кризиса благотворительные организации, как отмечалось выше, также ощущают его влияние в своей работе. Условия хозяйствования стали в несколько раз тяжелее. Однако некоторые участники считают, что кризис, наоборот, может стать прекрасным шансом оптимизи-

ровать и усовершенствовать принципы работы в данной сфере деятельности [2].

Несмотря на значительное сокращение в некоторых компаниях корпоративных бюджетов на благотворительность, партнерские программы могут быть выходом из сложившейся ситуации. Многие фонды в этих условиях предлагают таким компаниям взаимодействие в рамках их бюджета на маркетинг.

В рамках партнерских программ главной целью становится организация взаимодействия компаний, желающих принять участие в благотворительном проекте, с непосредственными реципиентами. При этом в данных условиях появляется как раз та уникальная возможность не только оказать помощь и почувствовать моральное удовлетворение, но и получить необходимую для бизнеса отдачу.

Можно сколь угодно долго обвинять компании в преследовании своих меркантильных интересов, прикрываясь при этом благотворительностью, но с однозначностью можно утверждать, что иногда бывают такие ситуации, когда лучше все-таки относиться к такой позиции как к естественному процессу. А кризис во всех сферах экономики как раз и является такой ситуацией, когда прямое взаимодействие в виде финансовых отчислений становится проблематичным.

Как раз акции по стимулированию сбыта, как инструмент продвижения марки, с использованием благотворительных мотивов могут дать необходимое эмоциональное удовлетворение участвующим и предоставить возможность исполнить свой гражданский долг с наименьшими затратами для себя. В результате подобного сотрудничества в рамках партнерских программ достигается так необходимая как компаниям, так и благотворительным фондам популяризация необходимых сфер деятельности: товаров или услуг компании и социально-значимых проблем общества.

Сегодня такие программы являются в высшей степени наилучшим вложением в благотворительность. Причем выгоду получают все:

1) потребитель покупает товар и одновременно участвует в благотворительной акции, удовлетворяя свое моральное желание не оставаться безучастным к чужим проблемам. Прозрачные условия организации мероприятия, в условиях значительного процента махинаций и «серых» схем оборота пожертвований, являются мощным дополнительным стимулом;

2) компания получает стабильный сбыт своей продукции, а в большинстве случаев его увеличение, формирует в сознании своих потребителей образ социально-ориентированной компании, и что немаловажно, стабильной компании, на которую можно положиться в сложных условиях. Кроме того, компания находит среди участников акции своих потенциальных постоянных потребителей, обладающих высоконравственными жизненными принципами. В данном случае, лояльные покупатели еще больше проникаются ценностями бренда, разделяют устремления

компании и готовы поддерживать ее в реализации благотворительных проектов, а, соответственно, становятся более терпимыми к каким-то мелким недостаткам компании. И что еще более значительно, компании довольно легко просчитывают эффективность участия в подобном промо-мероприятии;

3) благотворительные фонды получают необходимые средства на осуществление помощи нуждающимся.

Здесь мы должны четко понимать, что понятие «чистой» благотворительности к компаниям неприменимо. Более того, если компания разорится, этот факт окажет еще большее негативное влияние на общество, нежели просто понимание того, что компания должна функционировать и получать прибыль, а стимулирующие мероприятия как раз позволяют увеличить продажи продвигаемого товара. В итоге, напрашивается вполне логичный вывод: чем больше товаров будет продано, т. е. чем большую прибыль получит компания, тем большую помощь получит для своих проектов благотворительный фонд.

Психологические барьеры

Однако стоит остановиться и на некоторых психологических барьерах, существующих в сознании граждан (потенциальных потребителей), мешающих полноценно вести работу посредством организации партнерских программ.

Большая часть (65%) опрошенных в исследовании организации САФ Россия главным барьером в деле благотворительности считает недоверие к НКО [2]. И усугубляет данную ситуацию достаточно негативный фон, который в настоящее время присутствует в СМИ по отношению к НКО, к которым относятся благотворительные фонды.

Также, проблемой с точки зрения организации является неверие людей в то, что небольшие суммы пожертвований (до 100 рублей, в особенности) могут помочь в решении каких-то социальных проблем. С чем категорически не согласны основатели и руководители благотворительных фондов. К примеру, член президентского Совета по правам человека отмечает, что данный миф необходимо обязательно изживать, т. к. «гораздо эффективнее собирать ... много-много с маленьких частных пожертвований, чем несколько крупных» [2]. А если учитывать, что партнерские программы выстраиваются как раз на небольших отчислениях от стоимости товара или услуги, данная проблема справедлива и для формирования мышления в сфере благотворительных промо-мероприятий.

Примеры эффективных партнерских проектов

Рассмотрим некоторые довольно эффективные стимулирующие промо-мероприятия, основанные на благотворительных мотивах.

Среди интересных и довольно эффективных партнерских проектов можно назвать, к примеру, акцию, проводимую совместно компанией GP и благотворительным фондом «Подари жизнь». Покупая батарейки «GP Ultra», участник получает в подарок магнитик с одним из нескольких детских рисунков детей, больных онкологиче-

скими и гематологическими заболеваниями. Данная акция стартовала 11 марта 2013 года и продолжается до сих пор. С каждой проданной пачки в благотворительный фонд перечисляется всего 2 рубля, однако за время существования акции уже было собрано 6578084 рубля [9].

Другим не менее эффективным проектом является программа «Аэрофлот Бонус» под названием «Мили Милосердия». Участники проекта могут пожертвовать в фонд «Подари жизнь» часть накопленных миль, с тем чтобы появилась возможность оформить премиальные билеты для больных детей, а также сопровождающих их лиц и врачей, которые вынуждены ехать лечиться за границу или крупные региональные центры России, в т.ч. в Москву из разных российских городов. В настоящее время уже пожертвовано 404 миллиона бонусных миль, которые были успешно обменены на 13 тысяч билетов для нуждающихся больных детей [11].

Формы взаимодействия могут быть различными, но от этого менее эффективными они не становятся. Топливная компания Еса совместно с благотворительным фондом помощи хосписам «Вера» в прошлом году запустили акцию «Уставший имеет право на чашку кофе, заболевший имеет право на достойную помощь». В акции может поучаствовать каждый желающий всего лишь купив на заправке кофе. От продажи каждой чашки кофе в фонд «Вера» компанией отчисляется 10 рублей. Причем стоит добавить, что величина однократного отчисления для по-

добного рода акций достаточно велика, что несомненно, повышает значимость акции в глазах покупателей, с точки зрения личного вклада в общее дело. Как результат, почти за год проведения акции удалось собрать более миллиона рублей в помощь неизлечимым больным [10].

Итак...

В условиях кризиса сложная ситуация складывается во всех сферах жизнедеятельности общества, в т.ч. и в благотворительной, накладывая негативный отпечаток на способы поиска пожертвований, а также их количество. Компании, сокращая бюджеты, ищут способы сэкономить, но при этом пытаются выполнять свои обязательства и пытаются функционировать, получая прибыль. В подобной ситуации стимулирующие мероприятия, характеризующиеся своей ярко выраженной коммерческой основой, могут быть одинаково полезны и эффективны и компаниям, как инструмент повышения продаж, так и благотворительным фондам, как дополнительная возможность сбора пожертвований. Кроме того, для компании, желающей в условиях кризиса оставаться в информационном поле потребителя и одновременно выказывать свою социальную сознательность с заделом на будущее, участие в совместных с благотворительными фондами партнерских программах является оптимальным и чуть ли не единственным возможным проявлением своей ответственной общественной позиции в условиях жесткой экономики и оптимизации функционирования бизнеса.

Литература:

1. Федеральный закон от 11.08.95 г. N 135-ФЗ «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях» (в ред. от 05.05.14 г.).
2. Благотворители в России ощутили влияние кризиса (05.09.2015) http://ria.ru/disabled_help/20150905/1230711967.html (дата обращения 29.10.2015)
3. Гришина, В.Т. Современные тенденции в применении методов маркетинговых исследований // Маркетинг и маркетинговые исследования. — 2009. — № 5. — с. 380–384.
4. Рост цен вынудил россиян отказаться от посещения баров и ночных клубов // Lenta.ru. — URL: <http://lenta.ru/news/2015/10/23/tooexpensive/>
5. Тихонович, Л. Корпоративная благотворительность вышла из кризиса в кризис //Филантроп (электр. журнал) (26.02.2015). — [http://philanthropy.ru/analysis/2015/02/26/...](http://philanthropy.ru/analysis/2015/02/26/)
6. Шальнова, О.А. Стимулирование продаж: принципы, методы, оценка: Учебное пособие. — М.: ИНФРА-М, 2014. — 107 с.
7. Шальнова, О.А. Благотворительность в бизнесе: проблематика отношения и использования // Научные труды Вольного экономического общества. — 2014. — Т. 189. — с. 47–52.
8. Шальнова, О.А. Благотворительность как стратегия продвижения бренда // Маркетинговые коммуникации. — 2015. — № 1. — с. 14–23.
9. <http://www.gpbatteries.ru/podari/>
10. <http://www.hospicefund.ru/ustavshiy-imeet-pravo-na-chashku-kofo-zabolevshiy-imeet-pravo-na-dostoinuyu-pomoshh/>
11. <http://podari-zhizn.ru/main/node/7424>

Социально-демографическое развитие Тюменской области

Шилова Валентина Викторовна, соискатель

Государственный аграрный университет Северного Зауралья (г. Тюмень)

В статье рассмотрены основные социально-демографические критерии развития сельских территорий и качественные показатели уровня жизни населения на примере Тюменской области.

Ключевые слова: аграрная политика, регионы, сельские территории, качество жизни, население, социальные критерии.

Экономическая политика социально ориентированного государства призвана обеспечить базовые рамочные условия высоких темпов роста валового внутреннего продукта, благоприятный климат во всех сферах предпринимательской деятельности, мотивацию территориям в оптимальном и эффективном использовании естественных конкурентных преимуществ, в углублении территориально-отраслевой специализации и кооперации. Выработка такой экономической модели является фундаментом роста качества жизни, удовлетворение материальных и культурных потребностей городского и сельского населения, основа гармонизации интересов субъектов Федерации. [5]

Тюменская область — регион с суровыми природно-климатическими условиями. 90% его территории отнесено к районам Крайнего Севера и только 3% занимают сельскохозяйственные угодья. Экономика Тюменской области имеет многоотраслевую структуру. В составе валового регионального продукта наибольший удельный вес занимают промышленность, транспорт, торговля, сельское хозяйство. Сельским хозяйством занимаются в основном на юге области. Но АПК области является одним из ключевых направлений экономики, так как оказывает решающее влияние на уровень продовольственного обеспечения и благосостояние населения. [4]

В регионах, где сельское хозяйство занимает значительный удельный вес в структуре производства и доходах населения, состояние отрасли, условия жизни селян и устойчивость развития сельских территорий в значительной мере определяется не только производственными факторами, но и факторами социальными.

Социальные критерии (индикаторы) развития общества являются одной из многочисленных по объему групп и призваны отразить уровень жизни населения. Для анализа рассчитывают целый ряд статистических показателей (социально-демографические, показатели дифференциации доходов населения, уровня и границ бедности) и другие. Данная группа индикаторов отражает в большей степени количественную сторону изучаемой категории. Для качественной характеристики условий жизни населения необходимо использовать показатели социальной статистики, дающие представление о качестве жизни. К их числу относятся показатели демографической статистики, качества и структуры потребляемых продуктов питания, состояние сферы образования и культуры, комфортабельность жилья и другие. [3]

Первый критерий отражает социально-демографические изменения населения области. Для этого необходимо определить численность различных групп и категорий населения. В состав Тюменской области входят два субъекта Российской Федерации: Ханты-Мансийский — Югра и Ямало-Ненецкий автономные округа, 38 районов, 29 городов и 28 поселков городского типа, 1483 сельских населенных пункта. Образовано 479 муниципальных образований, в том числе 24 городских округа, 37 муниципальных районов и 418 поселений (32 городских и 386 сельских). По данным Федеральной службы государственной статистики численность населения области к началу 2015 года достигла 3581,3 тыс. человек (2,4% общей численности населения Российской Федерации), увеличившись по сравнению с началом предыдущего года на 35,0 тысяч или на 1,0%. В общей численности 79,9% приходилось на горожан и 20% — на сельских жителей. В трудоспособном возрасте находится 62,9% населения, моложе трудоспособного — 21,6%, старше трудоспособного — 15,5%. По сравнению с предыдущим годом доля лиц в трудоспособном возрасте сократилась на 1,1 процентный пункт, моложе и старше трудоспособного возраста увеличилась соответственно на 0,5 и на 0,6 процентных пункта соответственно (таблица 1).

Вторым социальным критерием развития общества выступает величина его доходов. При этом доходы населения принято разделять на две группы: денежные и натуральные. В состав денежных доходов входят: оплата труда, доходы от собственности, социальные выплаты, доходы от предпринимательской деятельности и другие. По данным Федеральной службы государственной статистики в 2014 году денежные доходы в расчете на душу населения составили 38,5 тыс. рублей в месяц (по России — 27,8 тыс.). Реальные располагаемые денежные доходы по сравнению с предыдущим годом выросли на 0,1% (по России снизились на 0,7%). Численность населения с денежными доходами ниже величины прожиточного минимума по сравнению с предыдущим годом увеличилась на 3,6% и равнялась 427,8 тыс. человек. Доля этой категории населения в общей его численности составила 12,1% против 11,8% в 2013 году. Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата одного работника равнялась 54,5 тыс. рублей (по России — 32,5 тыс.), это на 6,8% выше по сравнению с 2013 годом. Реальная заработная плата к уровню предыдущего года составила

Таблица 1. Социально-демографические показатели развития сельских территорий в Тюменской области

| Показатель | 2000 г. | 2010 г. | 2011 г. | 2012 г. | 2013 г. | 2014 г. |
|---|---------|---------|---------|---------|----------|---------|
| Численность населения, тыс. чел. | 3234,2 | 3405,3 | 3459,4 | 3510,7 | 3546,3 | 3581,3 |
| в т. ч. сельское население | 744,6 | 746,1 | 741,7 | 737,5 | 742,3 | 717,6 |
| Удельный вес сельского населения экономике области, % | 23,02 | 21,91 | 21,44 | 21,01 | 20,93 | 20,04 |
| Продолжительность жизни по области, лет | 65,9 | 69,5 | 70,5 | 70,8 | 71,4 | 71,5 |
| в т. ч. сельского населения | 62,3 | 66,0 | 67,0 | 67,4 | 67,4 | 68,0 |
| Доля продолжительности жизни сельского населения, % | 94,5 | 95,0 | 94,8 | 95,2 | 94,4 | 95,1 |
| Денежные доходы — всего, млрд. руб. | 191,0 | 1170,5 | 1264,7 | 1399,9 | 1541,2 | 1648,4 |
| Среднемесячные доходы на душу населения, руб. | 4934,5 | 28756,7 | 30705,8 | 33473,1 | 36398,81 | 38545,6 |
| Экономически активное население, тыс. чел. | 1696,9 | 1892,7 | 1915,6 | 1944,0 | 1918,1 | 1942,9 |
| Население, занятое в экономике, тыс. чел. | 1513,6 | 1762,9 | 1804,5 | 1843,2 | 1827,7 | 1852,3 |
| Доля населения, занятого в сельском хозяйстве, % | 6,5 | 4,6 | 4,3 | 4,3 | 4,3 | 4,3 |

Источник: данные статистического ежегодника: Стат. сб. Тюменская область (Т. I)/Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Тюменской области. — Т., 2015. — 388 с.: ил.

100,3% (по России — 101,2%). Просроченная задолженность по заработной плате в организациях (без субъектов малого предпринимательства) наблюдаемых видов экономической деятельности на начало 2015 года отсутствовала.

Следующим социальным критерием выступают показатели дифференциации доходов населения, уровня и границ бедности. При этом следует учитывать, что официальная статистика предоставляет стандартизированный набор показателей: уровень бедности, коэффициенты Лоренца и Джинни, численность населения, имеющая доходы ниже прожиточного минимума и т.д. Хотя, как показывает опыт, уровень бедности на селе значительно выше официального, что не позволяет точно оценить дифференциации доходов сельского населения, но ниже денежных доходов городского населения.

Социальным критерием развития общества выступает также величина расходов и потребления населением материальных благ и услуг. Данные показатели важны не только сами по себе, но и имеют большое значение для развития экономики региона. Качество жизни населения является одним из основных показателей социально-экономического благополучия региона. В уровне и качестве жизни городского и сельского населения прослеживается значительная дифференциация, следовательно, нужны срочные мероприятия и государственное финансирование для создания условий благополучной жизни граждан в сельских территориях. [2] В регионе реализуется государственная программа «Устойчивое развитие сельских территорий на 2014–2017 годы и на период до 2020 года».

«Качество жизни» — это комплексная характеристика условий жизнедеятельности населения, которая выражается в объективных показателях и субъективных оценках удовлетворения материальных, социальных и культурных потребностей и связана с восприятием людьми своего положения в зависимости от культурных особенностей, системы ценностей и социальных стандартов, существующих в обществе. [1]

По уровню жизни население Тюменской области можно отнести к наиболее благополучным субъектам Российской Федерации. По данным Федеральной службы государственной статистики в среднем на одного жителя в 2014 году приходится 22,1 кв. метра жилья (по России — 23,7 кв. метра) против 21,5 на конец предыдущего 2013 года. За год субсидии на оплату жилых помещений и коммунальных услуг предоставлены 63,0 тыс. семей, это на 3,7 тыс. семей (на 5,5%) меньше, чем в 2013 году. Удельный вес семей, пользовавшихся субсидиями, в общем их числе изменился с 5,4% в 2013 году до 5,1% в 2014 году. Число жителей, пользовавшихся социальной поддержкой по оплате жилых помещений и коммунальных услуг, за 2014 год увеличилось соответственно с 682,1 тыс. до 699,0 тыс., их доля в общей численности населения составила 19,5% (в 2013 году — 19,2%).

Следует отметить, что в сельской местности структура расходов менее дифференцирована, так как большая часть наличных денег тратится на материальные и социальные блага и существенно меньшая часть участвует в сбережениях, накоплении ценностей и покупке валюты. Сельские жители расходуют денежные средства на питание и покупку непродовольственных товаров, больше, нежели городские.

Для мониторинга устойчивости развития сельских территорий недостаточно иметь только абсолютные оценки всех приведенных критериев, их сравнение с соседними регионами или анализ в динамике. Важно определить пороговые значения, которые и будут служить критическими для оценочных суждений. Сложность таких расчетов заключается в необходимости учета всей индивидуальности, лежащей на стороне производства,

социальных и культурных традиций, экономико-географического положения. Система показателей должна обеспечить максимальный охват как социальных аспектов жизни населения, включить весь набор индикаторов, характеризующих тот или иной социальный критерий. Не менее важна и максимальная доступность информации для точного подсчета отобранных показателей. [3]

Литература:

1. Беляева, Л. А. Уровень качества жизни. Проблемы измерения и интерпретация // Социс. — 2009. — № 1. — с. 34
2. Милоенко, Е. В. Качество жизни населения — основной критерий устойчивого развития сельских территорий // ISSN2308–4804. Science and world. — 2013. — № 4. — с. 126–127
3. Подгорбунских, П. Е., Головина С. Г. Алгоритм мониторинга устойчивого развития сельских территорий // Аграрный вестник Урала. — 2012. — № 5. — с. 79–84
4. Шилова, В. В. Инвестиции в развитие агропромышленного комплекса Тюменской области // Проблемы экономики и менеджмента. — 2014. — № 11. — с. 72–74
5. Эльдиева, Т. М. Региональная аграрная политика: роль центра и субъектов Федерации // Экономика сельского хозяйства России. — 2012. — № 3. — с. 33–43
6. Статистический ежегодник: Стат. сб. Тюменская область (Т. I)/Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Тюменской области. — Т., 2015. — 388 с.: ил.

Высокотехнологичные отрасли: определение и условия развития

Шполянская Анна Артёмовна, аспирант
Российский университет дружбы народов

Предмет исследования: формирование понятия «высокие технологии» и оценка критериев для отнесения отрасли к высокотехнологичной.

Цель исследования: дополнить и расширить понятие высокотехнологичной отрасли, отразив наиболее важные факторы развития данных отраслей.

В качестве примера используются отрасли Германии, как страны, поставившей целью развитие высоких технологий в принятой высокотехнологичной стратегии.

Метод проведения исследования:

Проведение сравнения и анализа существующих на данный момент определений «высокие технологии», выявление наиболее важных особенностей данного понятия.

Анализ рейтингов индексов инновационного развития для определения наиболее существенных условий для развития высокотехнологичных отраслей.

Синтез полученных данных для расширения понятия «высокотехнологичные отрасли».

Результаты исследования: расширено понятие «высокотехнологичные отрасли», сделан особый акцент на важность учета такого фактора как персонал, занятый в НИОКР. Подчеркивается значимая роль государства в развитии высоких технологий, игнорируемая многими определениями.

Данные результаты могут применяться в развитии дальнейших теорий по оценке вклада персонала в НИОКР и особой роли человеческого капитала в экономике знаний.

Кроме того, результаты имеют практическое применение — увеличение числа высококвалифицированных кадров и укрепление взаимодействия бизнеса и науки будет вносить значительный вклад в рост доли инновационных продуктов. Улучшение экономических показателей развития страны, создание благоприятной правовой среды ведет к полной реализации стратегий высокотехнологичного и инновационного развития.

Выводы: Понятие «высокие технологии» требует постоянного дополнения по мере их развития, поскольку они являются объектом достаточно новым для экономики.

В результате данного исследования предлагается учитывать важность критерия — занятые в НИОКР для отнесения отрасли к высокотехнологичной. Кроме того, дана оценка важности участия государства

в инновационном развитии, поскольку политика, разработанная государством создает необходимые условия для комфортной работы инновационных предприятий по созданию новейших продуктов.

Ключевые слова: высокие технологии, инновации, отрасли, занятые в НИОКР, инновационные индексы.

Высокотехнологичные отрасли: определение

Вопрос определения высокотехнологичных отраслей является актуальным в последнее время, на наш взгляд, поскольку в эпоху перехода в новый технологический уклад стали возникать отрасли как абсолютно новые, так и порожденные комбинацией существующих отраслей, которые уже не вписываются в традиционную классификацию, предложенную ОЭСР.

Классификация отраслей на высокотехнологичные, среднетехнологичные высокого уровня и низкого уровня и низкотехнологичные была предложена ОЭСР в 1984 г. по критерию интенсивности расходов на НИОКР и пересмотрена лишь в 2009 г. [3]

Некоторые страны установили свое пороговое значение данного критерия в силу более высокого уровня технологического развития отраслей и необходимостью более четкого выделения высокотехнологичных отраслей (например, Германия).

В Германии отрасли с расходами на НИОКР менее 2,5% считаются низкотехнологичными, в то время как по классификации ОЭСР эти отрасли относятся к среднетехнологичным высокого уровня. В 2009 г. Классификация ОЭСР

была пересмотрена, критерии для отнесения отраслей к той или иной группе изменены.

Таким образом, мы видим, что существует некие разногласия по поводу отнесения тех или иных отраслей к высокотехнологичным по критерию расходов на НИОКР. В целом данный критерий, безусловно, значим, он демонстрирует высокую заинтересованность инвесторов — государства, бизнеса, иностранных источников — в развитие высоких технологий и создании передовых продуктов в конкретной сфере. Однако существует и недостаток в использовании только этого критерия для классификации отраслей, который заключается в том, что высокие затраты на исследования и разработки не гарантируют, что в результате будет создан и выпущен на рынок новый продукт или технология. [1] Именно поэтому существует группа так называемых «Output» показателей, демонстрирующих результаты инновационного развития отраслей, например, такие показатели как доля инновационных предприятий — предприятия, внедрившие в течение определенного периода новый продукт, количество патентов и публикаций.

Для определения отрасли к высокотехнологичной попробуем разобраться с основными понятиями.

Таблица 1. Классификация высокотехнологичных отраслей (сравнение принятой в ОЭСР и Германии)

| Классификация отраслей | Германия | ОЭСР (критерии после 2009 г.) |
|-------------------------------------|------------|-------------------------------|
| Высокотехнологичные | >7% | >7% |
| Среднетехнологичные высокого уровня | 2.5–7% | 2–7% |
| Среднетехнологичные низкого уровня | менее 2.5% | 0.5–2% |
| Низкотехнологичные | | менее 0.5% |

Источник: ZEW (Zentrum fuer Europaeische Wirtschaftsforschung — Центр европейских экономических исследований), ОЭСР

Таблица 2. Многообразие определения понятия «высокие технологии»

| |
|--|
| Высокие технологии |
| инженерная деятельность по созданию новых изделий и технологий, если она основана на сильных ноу-хау, на правилах сильного мышления |
| термин, которым обозначаются передовые технологии, имеющие инновационный, революционный характер |
| использование наиболее продвинутых и развитых машин (оборудования) и методов производства, и материалов (словарь Cambridge) |
| практическое применение продвинутых научных исследований и знаний (словарь Collins) |
| совокупность информации, знаний, опыта, материальных средств при разработке, создании и производстве новой продукции и процессов в любой отрасли экономики, имеющих характеристики мирового уровня |
| технологии, основанные на высокоабстрактных научных теориях и использующие научные знания о глубинных свойствах вещества, энергии и информации |
| наукоемкая, универсальная, многофункциональная, многоцелевая технология, имеющая широкую сферу применения, способная вызвать цепную реакцию нововведений |

Прежде всего, понятие высокие технологии, которое ложится в основу названия данной группы отраслей. Существует множество подходов к его определению. [2]

Основываясь на данных определениях, выделим характерные черты высокотехнологичных отраслей:

- новизна;
- создание передовых, продвинутых, революционных продуктов;
- в основе производства — сильное мышление, глубокие знания, опыт, научные теории, информация;
- использование самых современных средств производства и материалов.

Таким образом, из вышесказанного можно сделать вывод, что *высокотехнологичная отрасль* — это отрасль, в которой создается продукция, являющаяся наиболее совершенной и ранее не производимой на базе накопленных знаний и новых теорий и разработок, для её создания используются самые лучшие известные материалы и способы производства. Главными ресурсами для создания подобной продукции являются расходы на НИОКР и сотрудники-исследователи, так называемых специальностей STEM (наука, технологии, инженерия и математика), обладающие достаточным уровнем знаний для формирования передовых технологических нововведений.

В настоящее время к высокотехнологичным отраслям относятся авиакосмическая отрасль, фармацевтическая отрасль, производство компьютеров и оргтехники, информационно-коммуникационная отрасль и оптика.

Большинство авторов главным критерием высокотехнологичности видят долю расходов на НИОКР, однако нельзя преуменьшать важность и значение персонала, занимающегося непосредственно НИОКР. Знания, опыт, мышление, наука, образование — основа экономики знаний, характерной для постиндустриальных стран. Человеческий капитал — это не просто совокупность трудовых ресурсов, но и накопленные знания, навыки, умения, способности, опыт, реализация которых в процессе трудовой деятельности ведет к более высокому уровню развития предприятия, отрасли и экономики в целом. Человеческий капитал — важнейший ресурс высокотехнологичной отрасли, носитель знаний, без которых вложения в НИОКР будут бесполезными. Не случайно ранее названия для отраслей, производящих передовую

продукцию, относили к исследованиям и науке: исследовательско-интенсивные, основанные на науке, с наивысшими исследовательскими усилиями, исследовательско-ориентированные, с высокой ёмкостью исследований и разработок, подчеркивая особую роль персонала, занятого в отраслях данного вида. [4]

Таблица 3 демонстрирует долю персонала, занятого в НИОКР в высокотехнологичной — фармацевтической отрасли и в низкотехнологичной текстильной на примере Германии. Доля занятых в НИОКР в высокотехнологичной фармацевтической отрасли существенно превышает долю занятых в низкотехнологичной текстильной отрасли. Занятые в НИОКР — большой ресурс, который позволяет, используя знания, производить высокотехнологичные продукты.

Доля занятых в НИОКР в высокотехнологичной и низкотехнологичной отрасли

Индекс Bloomberg Innovation Index, оценивающий способность стран к развитию инноваций по 6 критериям, в 2015 году выявил следующий парадокс: по критерию уровень образования Россия занимает второе место в мире, однако, по остальным критериям (расходы на НИОКР, производство инновационных продуктов, занятые в НИОКР, число предприятий-инноваторов и патентов) Россия существенно отстает от стран-лидеров рейтинга, что позволяет судить о крайне низком уровне задействования высококвалифицированного персонала в инновационном развитии страны. Таким образом, образованный персонал играет важную роль в развитии инноваций, только если он работает по специальности, внося значительный вклад своих знаний в сферу своей деятельности. Привлечение выпускников университетов и молодых ученых для работы в высокотехнологичных исследованиях является одной из главных задач государства, нацеленного на укрепление инновационной экономики.

В индексе глобальной конкурентоспособности в разделе Инновации отдельно оценивается уровень взаимодействия научной и бизнес сферы в работе над НИОКР (University and Industry collaboration in R&D). В немецкой стратегии высокотехнологичного развития особо подчеркивается значимость установления моста между наукой и бизнесом. Преимущества взаимодействия бизнеса и науки позволяет адаптировать знания, увеличить ком-

Таблица 3. Доля занятых в НИОКР в фармацевтической и текстильной отрасли Германии

| Год | Фармацевтическая отрасль | Текстильная отрасль |
|------|--------------------------|---------------------|
| 2007 | 17% | 1% |
| 2008 | 17% | 1% |
| 2009 | 17% | 1% |
| 2010 | 16% | 1% |
| 2011 | 17% | 1% |
| 2012 | 15% | 1% |

Источник: Wissenschaftsstatistik (Статистика научной деятельности)

мерциализацию инноваций и технологий, усилить мобильность трудовых ресурсов между частным и общественным сектором, дает возможность осуществлять контроль качества, проводить тестовые испытания, сертификацию, получать лицензии. С 1990-х гг. целью университета становится не только обучение и проведение научных исследований, но и увеличение вклада в отрасль, экономический рост и развитие путём как раз усиления взаимодействия науки с бизнесом.

Предприятия поддерживают исследовательские инициативы, научные центры, исследования отдельных ученых для получения положительных результатов в развитии технологий, применяемых для производства своей продукции.

Условия для развития высокотехнологичных отраслей в постиндустриальных странах

Как сказано выше, основными критериями для определения отрасли как высокотехнологичной являются высокие расходы на НИОКР и число занятых в НИОКР.

Производство инновационных продуктов — главная цель деятельности предприятий в высокотехнологичных отраслях. Создание инноваций — непростой процесс, требующий определенных условий. Список условий достаточно велик, он является основой анализа для расчета глобального индекса инновационного развития и индекса конкурентоспособности в части инноваций.

Чтобы выделить наиболее значимые компоненты на примере индекса конкурентоспособности, сравним уровень показателей 5 стран лидеров по инновационному потенциалу и следующих показателей (качество научно-исследовательских институтов, число компаний, финансирующих НИОКР, сотрудничество научной и бизнес сферы, заявки на патент).

Наибольший инновационный потенциал имеют страны, где также отмечается высокий уровень финансирования НИОКР, тесное взаимодействие научной и бизнес-сферы, наилучшей качество исследовательских институтов и большое количество заявок на патенты.

ТОП-5 стран по доле предприятий, финансирующих НИОКР практически полностью повторяет ТОП-5 по инновационному потенциалу, то есть можно отметить, что расходы на НИОКР действительно являются неотъемлемой частью процесса развития инноваций в любой отрасли, в том числе высокотехнологичной.

Для определения наиболее значимых факторов создания инноваций на примере Глобального инновационного индекса, возьмем наивысшие показатели лидера данного рейтинга на протяжении трёх последних лет — Швейцарии. Наибольшего успеха она достигла в следующих компонентах (показатель выше 95 баллов):

- политическая стабильность;
- законодательное регулирование;
- капитализация рынка;
- условия торговли;
- лицензионная деятельность (выплата роялти);
- регистрация торговых марок.

Достичь высокого уровня в рейтинге Глобального инновационного индекса позволяет, главным образом, внутренняя среда в стране — правовое регулирование и стабильность. Таким образом, развитие высокотехнологичных отраслей имеет потенциал в первую очередь в развитых государствах, с устойчивой развитой экономикой. Это подтверждается всеми наиболее важными рейтингами, разработанными как международными организациями, так и частными институтами.

Китай с 2005 года демонстрирует высокие показатели инновационного развития (с 2005 по 2010 г. расходы на НИОКР удвоились, достигнув уровня стран с наивысшим показателем) и выходит на первое место по информационно-коммуникационным технологиям (по критерию поданных заявок на патенты), а также по экспорту компьютеров и оргтехники. Подобные изменения в высокотехнологичном развитии Китая произошли после того, как экономика достигла впечатляющего устойчивого роста (9–10% в год). Это пример того, что страна, достигнув устойчивого экономического положения, встает на путь развития высоких технологий, как следующей ступени развития. Кроме того, исторически в Китае сложились черты централизованного государства, которое диктует стратегию, цели и устанавливает политику развития, обязательную для реализации субъектами экономики.

В развитых странах есть четкая стратегия инновационного или высокотехнологичного развития с конкретными мерами ее реализации, то есть существует некая регулятивная база для функционирования инновационной деятельности. Хотя существует некая точка зрения, в том числе и в странах-инноваторах, что некоторые меры государственного регулирования могут препятствовать раз-

Таблица 4. Показатели инновационного развития по индексу конкурентоспособности

| Инновационный потенциал | Качество института | Финансирование НИОКР | Сотрудничество научной и бизнес сферы | Заявки на патенты |
|-------------------------|----------------------|----------------------|---------------------------------------|-------------------|
| Швейцария — 5,9 | Швейцария — 6,4 | Швейцария — 5,9 | Финляндия — 6,0 | Швейцария |
| США — 5,9 | Великобритания — 6,3 | Япония — 5,8 | США — 5,8 | Япония |
| Израиль — 5,8 | Израиль — 6,3 | Финляндия — 5,7 | Швейцария — 5,8 | Швеция |
| Германия — 5,6 | США — 6,1 | США — 5,5 | Великобритания — 5,7 | Финляндия |
| Финляндия — 5,6 | Бельгия — 6,1 | Германия — 5,5 | Сингапур — 5,6 | Израиль |

витию новых идей. Так, например, исполнительный директор «Ауди» Штадлер Руперт высказался, что слишком строгие правила дорожного движения в Германии стали препятствием для развития новых автоматизированных систем. Тем не менее, роль государства в поддержке высокотехнологичного развития трудно переоценить: финансовая поддержка, участие в подготовке специалистов, открытие фондов для стартапов, поддержка венчурных проектов, помощь в создании кластеров и т. д.

Подводя итог, можно сказать, что *высокотехнологичные отрасли* — отрасли, развитие которых на максимально высоком уровне возможно при условии значительных вложений в НИОКР, высокой доли участия научного персонала в создании совершенного продукта и тесном взаимодействии научной и бизнес-сферы, а также развитой внутренней правовой среды, в том числе в области инновационной деятельности.

Выводы

Взаимодействие двух главных факторов развития инноваций — расходы на НИОКР и занятые в НИОКР — способствуют появлению новейших продуктов и их выходу на рынок. Важно подчеркнуть, что именно совокупность двух этих факторов является основой для развития отрасли, поскольку большая доля занятых-исследователей без достаточных инвестиций в НИОКР, как и высокая доля рас-

ходов на НИОКР в отсутствие квалифицированного персонала не приведут к значительным успехам в производстве высоких технологий. Создание новейших технологий и продуктов, которые позволяют удовлетворить любые потребности общества и двигают развитие вперед — цель деятельности предприятий в высокотехнологичных отраслях.

Высокотехнологичные отрасли имеют глобальное значение для будущего развития, для повышения качества и уровня жизни, для достижения страной высокого уровня развития в таких областях как медицина, энергетика, космос, информация, авиация. Развитие таких отраслей дает стране определенные конкурентные преимущества: возможность использования нового источника энергии, излечение опасной болезни и продление жизни населения, укрепление здоровья трудоспособного населения, высокий уровень информатизации общества, мобильность передвижения, освоение космоса и т. д. Таким образом, высокотехнологичные отрасли призваны производить продукцию, позволяющую более эффективно функционировать экономике.

Меры стимулирования высокотехнологичного развития и создание благоприятной среды должны быть важным направлением государственной политики, особенно для государств, отстающих в создании высоких технологий.

Литература:

1. Демин, С. С. Методологический подход к оценке уровня наукоемкости отрасли // Вестник МГОУ. Серия «Экономика», № 4. 2011. с. 55–58.
2. Жукова, Е. А. Проблемы классификации высоких технологий // Вестник ТГПУ, № 1 (75), с. 34–46.
3. Мезенцева, О. Е. Развитие высокотехнологичного производства в России и в мире // Фундаментальные исследования, № 7. 2015. с. 176–179.
4. Салихова, Е. Б. Сравнительные преимущества стран в глобальной высокотехнологичной сфере: новые подходы к оценке // Российский внешнеэкономический вестник, № 12. 2012. с. 85–101.

Влияние социальных интересов на эффективность проектов реального сектора экономики

Эргашев Алижон Хожимамамович, старший преподаватель;
Хазраткулов Сохибжон Соибович, преподаватель
Ферганский государственный университет (Узбекистан)

Ключевые слова: *реальный сектор, экономика, макроэкономики, эффект, проект, социальных, стратеги, фактор.*

В течение прошедшего 2012 г. в рамках Государственной программы «Год благополучия и процветания» в нашей республике осуществлялись широкомасштабные меры по повышению уровня и качества жизни населения, усилению социальной поддержки и росту занятости населения, на финансирование которых за счет

всех источников направлены средства в размере свыше 3,4 триллиона сумов.

Актуальность финансовой поддержки социальной сферы подтверждается тем, что она постоянно остается объектом пристального внимания со стороны государства. В Постановлении Президента Республики Узбекистан

«Об инвестиционной программе Республики Узбекистан на 2013 год» № ПП-1855 от 21 ноября 2012 г. Реализации стратегически значимых инвестиционных проектов в сфере социальной инфраструктуры придается первостепенное значение. Недаром Президент И. А. Каримов отмечал: «Характерной особенностью государственного бюджета продолжает оставаться его социальная направленность. Около 60 процентов всех государственных расходов направляется на финансирование сферы социального развития...».

Опыт реализации проектов многих известных в мировом масштабе компаний показывает, что социальные аспекты являются одними из важнейших факторов, которые влияют на успех как самих проектов в частности, так и компаний в целом. Широко известные по всему миру «Принципы Экватора» (комплекс добровольных норм, разработанных и принятых банками для оценки экологических и социальных рисков при предоставлении проектного финансирования) являются свидетельством исключительной важности соблюдения норм социальной и экологической ответственности. Согласно этим принципам финансируемые проекты должны разрабатываться на принципах социальной ответственности и в соответствии с разумными практическими методами управления окружающей средой. В число организаций, принявших Принципы Экватора, на сегодняшний день входят 78 финансовых учреждений, среди которых такие известные банки, как Bank of America Corporation, BNP Paribas, Bank of Tokyo-Mitsubishi UFJ и т.п. Данные принципы применяются к любому новому финансированию проектов, которые осуществляются в любой точке земного шара и в любой отрасли, а общие проектные затраты составляют не менее 10 млн. долл. США.

Эти принципы свидетельствуют о первостепенной важности учета взаимного воздействия инвестиций в ре-

альный сектор экономики и социальных групп. Действительно, как показывает опыт многих крупных инвестиционных проектов (особенно связанными с выбросами вредных веществ), одним из рисков, часто недостаточно учитываемых при вложении капитала в инвестиционные проекты, является возможность негативного влияния на объект вложения со стороны определенных потенциально заинтересованных лиц или социальных групп — так называемых «стейкхолдеров»

Инвестиционный проект не является изолированным от внешней среды, поэтому он может как влиять на нее (например, нанести экологический вред региону), так и испытывать на себе ее влияние (например, бойкоты заказчиков, давление государства или профсоюзов). Поэтому игнорирование данного факта приведет к тому, что компания может потерять капитал, вложенный в проект, функционирование которого не предполагает должного взаимодействия с заинтересованными сторонами в достаточной степени.

Для управления отношениями с социальными группами в мировой практике реализации проектов выработаны следующие методы:

- установление партнерских отношений;
- защита от неопределенности в результате взаимного воздействия;
- формирование баланса интересов.

Наша республика уверенно движется к построению свободной рыночной экономики, на пути к которой необходимо формирование эффективной системы взаимодействия различных участников инвестиционных процессов. При этом учет прав социальных групп при реализации проектов реального сектора экономики будет все более необходимым, и обеспечение оптимального баланса интересов лиц, чьи интересы будут затрагиваться этими проектами, повысит эффективность их реализации.

Литература:

1. Каримов, И. А. «Узбекистан по пути углубления экономических реформ» Узбекистан — 1995.
2. Шарифходжаев, М., Абдуллаев Е. А. Основы менеджмента. Т.:Мехнат — 2001.
3. Ходжаев, Р. С., Шохазамни Ш. Ш. Механизм функционирования финансового рынка в Республике Узбекистан. Материалы международной научно-практической конференции «Актуальные вопросы совершенствования банковско-финансовой системы Республики Узбекистан и ее интеграции в мировой финансовый рынок». Банковско-финансовая академия Республики Узбекистан, Т.: Молия — 1999 г.

Особенности учета и оценки гудвилла в соответствии с требованиями МСФО

Якубова Анна Игоревна, студент;

Максимов Антон Максимович, студент

Научный руководитель: Голощапова Людмила Вячеславовна, кандидат экономических наук, доцент
Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова (г. Москва)

В статье рассматриваются ключевые моменты, связанные с необходимостью учета гудвилла как самостоятельного актива компании. Выделены основные подходы к дефиниции понятия «гудвилл», особенности учета и отражения в финансовой отчетности гудвилла как в зарубежной, так и отечественной практике; отражены подходы к оценке и обесценению гудвилла.

Ключевые слова: гудвилл, деловая репутация, нематериальные активы, МСФО, оценка стоимости бизнеса.

В современных условиях ведения бизнеса становится неоспоримым факт колоссальной роли нематериальных, невещественных факторов в стоимости компании или же отдельно взятых товаров. Однако создание гудвилла или деловой репутации как одного из важнейших активов компании — процесс, как правило, длительный, связанный с формированием собственного контингента клиентов и потребителей, позитивного имиджа компании, увеличение известности средствами маркетинга, рекламы, благотворительности и спонсорства, узнаваемости брэнда и т. д.

Производить оценку гудвилла, в первую очередь, необходимо при осуществлении слияний и поглощений. В истории известны яркие примеры, когда гудвилл составлял существенную часть стоимости бизнеса. Так известно, что крупная табачная корпорация Philip Morris International в октябре 1988 г. приобрела фирму Kraft Foods Inc. за 13,6 млрд. дол. США, что в 4 раза больше балансовой стоимости этой фирмы.

Кроме того, в конце прошлого столетия Nestlé S.A. приобрела фирму «Rowntree» за 2,55 млрд. долл. США, что превысило стоимость «Rowntree» по балансу более чем в 5 раз [8]. Здесь речь идет о скрытом гудвилле, который, будучи созданным самой организацией, не отражается в финансовой отчетности.

Вышеперечисленные примеры отражают специфику реорганизации бизнеса, как правило, в крупных западных корпорациях. Однако практика оценки и учета гудвилла становится все более распространенной и в российских компаниях, особенно наряду с активными процессами внедрения МСФО. Согласно международной практике, отчетность, составленная в соответствии с МСФО, отличается высокой информативностью для пользователей, как внешних, так и внутренних и способствует выходу компаний на международные рынки и привлечению внешнего финансирования. В соответствии с этим предлагается рассмотреть основные моменты учета гудвилла по МСФО, выявить основные различия в международной и отечественной системах учета касательно данного аспекта.

Начнем с дефиниции понятия «гудвилл». В приложении к МСФО (IFRS) 3 «Объединения бизнеса» дается следующая трактовка понятия: гудвилл — это актив, представляющий собой будущие экономические выгоды, являющиеся результатом других активов, приобретенных при объединении бизнеса, которые не идентифицируются и не признаются по отдельности [3].

В соответствии со стандартом BVS-I, принятым в 1988 году и дополненным в 1991 году Американским обществом оценщиков (American Society of Appraisers, ASA), гудвилл определяется как «доброе имя» фирмы и включает нематериальные активы компании, которые складываются из престижа предприятия, его деловой репутации, взаимоотношений с клиентами, местонахождения, номенклатуры производимой продукции и т. д. [1]. Эти факторы специально не выделяются и не учитываются в отчетности предприятия, но служат реальным источником прибыли.

В МСФО (IAS) 38 указывается, что нематериальный актив по определению актив должен быть идентифицируемым, так чтобы его можно было отличить от гудвилла. Напомним, что гудвилл, созданный предприятием в ходе обычной деятельности, редко отражается в финансовой отчетности компании, он не подлежит признанию в качестве актива. Гудвилл, признанный при объединении бизнеса, является активом, представляющим будущие экономические выгоды от приобретаемых при объединении бизнеса активов, которые не поддаются индивидуальной идентификации и отдельному признанию. Будущие экономические выгоды могут возникнуть в результате синергии между приобретенными идентифицируемыми активами или проистекать от активов, которые по отдельности не удовлетворяют критериям для признания в финансовой отчетности [4].

В то же время, российские стандарты бухгалтерского учета (ПБУ 14/2007) не выделяют гудвилл (деловую репутацию) в качестве самостоятельной статьи бухгалтерского баланса и считают его составной частью нематериальных активов, что, на наш взгляд, не совсем корректно,

поскольку деловая репутация неотчуждаемым имуществом и не существует отдельно от предприятия, он не может быть отдельным объектом сделки. Кроме того, гудвилл не имеет вещественной формы, в отличие от большинства объектов нематериальных активов, однако программное обеспечение, лицензии, патенты — могут храниться на электронных и бумажных носителях.

В ПБУ 14/2007 также отмечается, что стоимость приобретенной деловой репутации определяется расчетным путем как разница между покупной ценой, уплачиваемой продавцу при приобретении предприятия как имущественного комплекса (в целом или его части), и суммой всех активов и обязательств по бухгалтерскому балансу на дату его покупки (приобретения) [7].

Положительная деловая репутация представляет собой надбавку к цене, уплачиваемую покупателем в ожидании будущих экономических выгод, а отрицательная — напротив, является скидкой с цены, предоставляемая покупателю. Т. е. при возникновении положительной деловой репутации уместны следующие проводки:

Дебет 08 — Кредит 76 субсчет «Расчеты по приобретению предприятия» — отражено возникновение положительной деловой репутации;

Дебет 04 — Кредит 08 — учтена положительная деловая репутация в составе нематериальных активов,

что следует из ПБУ 14/2007 и Инструкции по применению плана счетов бухгалтерского учета. Следует обратить внимание на то, что положительная деловая репутация, входя в состав нематериальных активов, амортизируется линейным способом в течение 20 лет.

Отрицательная деловая репутация равномерно относится на финансовые результаты в качестве прочих доходов: дебетуется счет 76 субсчет «Расчеты по приобретению бизнеса» и кредитуется счет 91–1.

Так, рассмотрев порядок отражения деловой репутации согласно РСБУ, следует отметить, что все же крупные российские компании ведут бухгалтерский учет как по РСБУ, так и согласно принципам МСФО. Подчеркнем, что даже отечественные компании, составляющие финансовую отчетность по МСФО, поступают по-разному: некоторые все же включают гудвилл, возникающий при приобретении дочерних компаний в свои нематериальные активы, но при этом подробно раскрывающих их содержание в примечаниях к отчетности. В 2014 г. у ПАО «Ростелеком» доля гудвилла среди всех нематериальных активов составляла 29%, а среди всех внеоборотных активов — 5,3% [6]. В то же время ряд компаний действует строго согласно правилам МСФО, обособляя данный актив. Так, за 2014 г. у компаний ОАО «НК «Роснефть», приобретенный гудвилл превышал стоимость нематериальных активов в 4 раза (в 2013 г. — в 6 раз). Отметим, что для «Роснефти» гудвилл, образовавшийся в результате приобретения компаний, был распределен по соответствующим группам единиц, генерирующим денежные средства, являющимся производственными сегментами — сегменту разведки и добычи и сегменту переработки и сбыта [5].

С позиции оценки гудвилл подразделяется на положительный, когда стоимость фирмы оказывается выше величины ее чистых активов в рыночной оценке, и отрицательный — в случае, когда имеет место обратная ситуация. Естественно, что для любой успешной компании важно иметь положительный внутренне созданный гудвилл.

Согласно российским стандартам, а именно, ПБУ 14/2007, стоимость приобретенной деловой репутации определяется расчетным путем как разница между покупной ценой, уплачиваемой продавцу при приобретении предприятия как имущественного комплекса (в целом или его части), и суммой всех активов и обязательств по бухгалтерскому балансу на дату его покупки (приобретения) [7].

Существенным образом отличается оценка гудвилла по МСФО (IFRS) 3, под ней подразумевается разница между ценой приобретения и суммой на дату приобретения идентифицируемых приобретенных активов за вычетом принятых обязательств [3].

Такой метод называют методом расчета полного гудвилла. Он основан на том, что в сделках по объединению бизнеса необходимо рассчитывать величину гудвилла так, как она рассчитывалась бы в случае, если бы фирма-покупатель выкупила весь пакет голосующих прав приобретенной компании. С помощью этого метода рассчитывают гудвилл, который относится ко всему дочернему предприятию. Таким образом, мы получаем следующую формулу (см. формулу 1):

Гудвилл = (инвестиция контролирующего акционера + ДНА) — ССЧА на д. п. (1)

где ДНА — справедливая стоимость доли неконтролирующих акционеров

ССЧА на д. п. — справедливая стоимость чистых активов на дату приобретения.

Т. е. мы видим, что при данном методе справедливая стоимость дочерней компании приравнивается как к сумме справедливой стоимости возмещения, переданного контролирующим и неконтролирующим акционерами [2, с. 182].

Предположим, что контролирующий акционер приобрел акции дочернего предприятия за 30 млн. руб., а ДНА в дочерней компании составили 10 млн. руб. Стоимость чистых активов приобретаемого предприятия на момент совершения сделки составила 27 млн. руб. Таким образом, гудвилл будет составлять (30 млн. руб. + 10 млн. руб.) — 27 млн. руб. = 13 млн. руб.

В качестве другого метода рассмотрим пропорциональный метод расчета гудвилла, который предполагает сопоставление вознаграждения, переданного покупателем, и доли, которую приобретает материнское предприятие, в чистых активах дочернего предприятия. И соответственно, полученный в результате такого расчета гудвилл относится только к материнскому предприятию. В виде формулы данный метод выглядит следующим образом (см. формулу 2):

Гудвилл = сумма инвестиции — ССЧА на д. п. * процент владения (2)

По аналогии, приведем пример расчета гудвилла пропорциональным методом. Данные оставим те же, с условием, что контролирующий акционер приобрел 75% акций дочернего предприятия. Соответственно, в рассматриваемом случае гудвилл можно оценить, как: 30 млн. руб. — 27 млн. руб. * 75% = 9,75 млн. руб.

Безусловно, гудвилл как актив в консолидированной отчетности не может существовать отдельно от чистых активов приобретенного дочернего предприятия. Поэтому проверка на обесценение гудвилла проводится на уровне генерирующей единицы, т.е. группы активов, которые создают независимый приток денежных средств. Обычно дочернее предприятие признают генерирующей единицей. В этом случае, при проведении проверки на обесценение, необходимо сравнить балансовую стоимость чистых активов и гудвилла дочернего предприятия и возмещаемую стоимость дочернего предприятия. При распределении убытка от обесценения на определенные активы в составе генерирующей единицы, сначала списываются активы, по которым точно известно обесценение, затем гудвилл, отнесенный на генерирующую единицу, и потом другие активы генерирующей единицы пропорционально балансовой стоимости каждого актива в генерирующей единице. Гудвилл, возникающий при приобретении дочернего предприятия, должен тестироваться на обесценение ежегодно. Это требование гарантирует, что гудвилл как актив в консолидированной отчетности не будет иметь завышенную оценку.

Компании, проводящие тестирование на обесценение гудвилла, как правило, публикуют для заинтересованных пользователей результаты в годовой финансовой отчетности. К примеру, упомянутая нами ранее ОАО «НК «Ро-

снефть» по итогам 2014 г. сообщает, что такой тест проводится ежегодно, по состоянию на 1 октября. Однако в связи с неблагоприятными внешними или внутренними факторами, проверка на обесценение может повторяться. Так «Роснефть» в связи с существенными изменениями в макроэкономике в четвертом квартале 2014 года проводила тест на обесценение по состоянию на 31 декабря 2014 г. с учетом новых макроэкономических прогнозов. Превышение справедливой стоимости над стоимостью идентифицируемых чистых активов составило 3767 млрд руб. и 1106 млрд руб. для сегментов «Разведка и добыча» и «Переработка и сбыт» соответственно. Таким образом, в результате годовой проверки обесценения гудвилла в 2014 и 2013 годах выявлено не было [5].

Итак, подводя итоги, можно с абсолютной уверенностью говорить о в современных экономических условиях удельный вес нематериальных активов в стоимости бизнеса в целом неуклонно возрастает. Если международные стандарты бухгалтерского учета и финансовой отчетности стараются установить ряд принципов оценки и учета гудвилла, раскрытию информации о нем, то отечественные стандарты, держа курс на международную ориентацию, пока далеки от этого, поскольку уделяют гораздо меньше внимания проблеме оценки деловой репутации и не выделяют ее в качестве отдельного актива.

Кроме того, недостаток статистических данных о заключаемых сделках купли-продажи готового бизнеса не позволяет проводить качественный сравнительный анализ. Это в очередной раз свидетельствует о необходимости совершенствования методов оценки и внедрении их в практику. Более широкому применению оценки гудвилла должна способствовать и все большая ориентация руководителей предприятий на увеличение стоимости своих компаний как на одну из основных стратегических целей.

Литература:

1. Американское общество оценщиков (ASA). Официальный сайт: http://www.appraisers.org/docs/default-source/discipline_bv/bv-standards.pdf?sfvrsn=0
2. Крамаренко, Т.В. Корпоративные финансы: учеб. пособие/Т.В. Крамаренко, М.В. Нестеренко, А.В. Щенников. — 2-е изд., стер. — М.: ФЛИНТА, 2014 — 187 с.
3. Международный стандарт финансовой отчетности (IFRS) 3 «Объединения бизнеса» (ред. от 26.08.2015). [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_124548/ (дата обращения: 11.11.15)
4. Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 38 «Нематериальные активы». (ред. от 17.12.2014). [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_124016/ (дата обращения: 11.11.15)
5. ОАО «НК «Роснефть». Консолидированная финансовая отчетность по МСФО. [Электронный ресурс]: официальный сайт компании. — Режим доступа: <http://www.rosneft.ru/> (дата обращения: 11.11.15)
6. ПАО «Ростелеком». Консолидированная финансовая отчетность по МСФО. [Электронный ресурс]: официальный сайт компании. — Режим доступа: <http://www.rostelecom.ru/about/branches/center/about/info/> (дата обращения: 11.11.15)
7. Приказ Минфина РФ от 27.12.2007 N 153н (ред. от 24.12.2010) «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Учет нематериальных активов» (ПБУ 14/2007). [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_63465/ (дата обращения: 11.11.15)

8. Юркова, Т. И., Юрков С. В. Экономика предприятия. [Электронный ресурс]. — электрон. текст. дан. — Красноярск: ГАЦМиЗ, 2006. Режим доступа: http://www.aup.ru/books/m88/3_5.htm (дата обращения 11.11.15)

Молодой ученый

Научный журнал
Выходит два раза в месяц

№ 22 (102) / 2015

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ:

Главный редактор:

Ахметов И. Г.

Члены редакционной коллегии:

Ахметова М. Н.
Иванова Ю. В.
Каленский А. В.
Куташов В. А.
Лактионов К. С.
Сараева Н. М.
Авдеюк О. А.
Айдаров О. Т.
Алиева Т. И.
Ахметова В. В.
Брезгин В. С.
Данилов О. Е.
Дёмин А. В.
Дядюн К. В.
Желнова К. В.
Жуйкова Т. П.
Жураев Х. О.
Игнатова М. А.
Коварда В. В.
Комогорцев М. Г.
Котляров А. В.
Кузьмина В. М.
Кучерявенко С. А.
Лескова Е. В.
Макеева И. А.
Матроскина Т. В.
Матусевич М. С.
Мусаева У. А.
Насимов М. О.
Прончев Г. Б.
Семахин А. М.
Сенцов А. Э.
Сенюшкин Н. С.
Титова Е. И.
Ткаченко И. Г.
Фозилов С. Ф.
Яхина А. С.
Ячинова С. Н.

Ответственные редакторы:

Кайнова Г. А., Осянина Е. И.

Международный редакционный совет:

Айрян З. Г. (Армения)
Арошидзе П. Л. (Грузия)
Агаев З. В. (Россия)
Бидова Б. Б. (Россия)
Борисов В. В. (Украина)
Велковска Г. Ц. (Болгария)
Гайич Т. (Сербия)
Данатаров А. (Туркменистан)
Данилов А. М. (Россия)
Демидов А. А. (Россия)
Досманбетова З. Р. (Казахстан)
Ешиев А. М. (Кыргызстан)
Жолдошев С. Т. (Кыргызстан)
Игиснинов Н. С. (Казахстан)
Кадыров К. Б. (Узбекистан)
Кайгородов И. Б. (Бразилия)
Каленский А. В. (Россия)
Козырева О. А. (Россия)
Колпак Е. П. (Россия)
Куташов В. А. (Россия)
Лю Цзюань (Китай)
Малес Л. В. (Украина)
Нагервадзе М. А. (Грузия)
Прокопьев Н. Я. (Россия)
Прокофьева М. А. (Казахстан)
Рахматуллин Р. Ю. (Россия)
Ребезов М. Б. (Россия)
Сорока Ю. Г. (Украина)
Узаков Г. Н. (Узбекистан)
Хоналиев Н. Х. (Таджикистан)
Хоссейни А. (Иран)
Шарипов А. К. (Казахстан)

Художник: Шишков Е. А.

Верстка: Бурьянов П. Я.

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 «Бук», 420029, г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, 25