



ISSN 2072-0297

# Молодой учёный

Международный научный журнал

Выходит два раза в месяц

№ 11 (115) / 2016

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ:

**Главный редактор:** Ахметов Ильдар Геннадьевич, кандидат технических наук

**Члены редакционной коллегии:**

Ахметова Мария Николаевна, доктор педагогических наук

Иванова Юлия Валентиновна, доктор философских наук

Каленский Александр Васильевич, доктор физико-математических наук

Куташов Вячеслав Анатольевич, доктор медицинских наук

Лактионов Константин Станиславович, доктор биологических наук

Сараева Надежда Михайловна, доктор психологических наук

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

Авдеюк Оксана Алексеевна, кандидат технических наук

Айдаров Оразхан Турсункожаевич, кандидат географических наук

Алиева Тарана Ибрагим кызы, кандидат химических наук

Ахметова Валерия Валерьевна, кандидат медицинских наук

Брезгин Вячеслав Сергеевич, кандидат экономических наук

Данилов Олег Евгеньевич, кандидат педагогических наук

Дёмин Александр Викторович, кандидат биологических наук

Дядюн Кристина Владимировна, кандидат юридических наук

Желнова Кристина Владимировна, кандидат экономических наук

Жуйкова Тамара Павловна, кандидат педагогических наук

Жураев Хусниддин Олтинбоевич, кандидат педагогических наук

Игнатова Мария Александровна, кандидат искусствоведения

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

Кенесов Асхат Алмасович, кандидат политических наук

Коварда Владимир Васильевич, кандидат физико-математических наук

Комогорцев Максим Геннадьевич, кандидат технических наук

Котляров Алексей Васильевич, кандидат геолого-минералогических наук

Кузьмина Виолетта Михайловна, кандидат исторических наук, кандидат психологических наук

Кучерявенко Светлана Алексеевна, кандидат экономических наук

Лескова Екатерина Викторовна, кандидат физико-математических наук

Макеева Ирина Александровна, кандидат педагогических наук

Матвиенко Евгений Владимирович, кандидат биологических наук

Матроскина Татьяна Викторовна, кандидат экономических наук

Матусевич Марина Степановна, кандидат педагогических наук

Мусаева Ума Алиевна, кандидат технических наук

Насимов Мурат Орленбаевич, кандидат политических наук

Паридинова Ботагоз Жаппаровна, магистр философии

Прончев Геннадий Борисович, кандидат физико-математических наук

Семахин Андрей Михайлович, кандидат технических наук

Сенцов Аркадий Эдуардович, кандидат политических наук

Сенюшкин Николай Сергеевич, кандидат технических наук

Титова Елена Ивановна, кандидат педагогических наук

Ткаченко Ирина Георгиевна, кандидат филологических наук

Фозилов Садриддин Файзуллаевич, кандидат химических наук

Яхина Асия Сергеевна, кандидат технических наук

Ячинова Светлана Николаевна, кандидат педагогических наук

На обложке изображен Фёдор Никифорович Плевако (1842–1909) — один из самых известных российских адвокатов, юрист, судебный оратор, действительный статский советник.

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

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

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

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

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

#### **Международный редакционный совет:**

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

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

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

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

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

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

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

Гайич Тамара, доктор экономических наук (Сербия)

Данатаров Агахан, кандидат технических наук (Туркменистан)

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

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

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

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

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

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

Кадыров Кутлуг-Бек 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, доктор технических наук, доцент (Узбекистан)

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

Хоссейни Амир, доктор филологических наук (Иран)

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

**Руководитель редакционного отдела:** Кайнова Галина Анатольевна

**Ответственные редакторы:** Осянина Екатерина Игоревна, Вейса Людмила Николаевна

**Художник:** Шишков Евгений Анатольевич

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

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

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

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

Учредитель и издатель: ООО «Издательство Молодой ученый».

Тираж 500 экз. Дата выхода в свет: 01.07.2016. Цена свободная.

Материалы публикуются в авторской редакции. Все права защищены.

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

## СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИКА  
И УПРАВЛЕНИЕ

- Бумаженко Н. Ф.**  
Оценка уровня качества услуг жилищно-коммунального хозяйства с помощью методики А. А. Чалиева ..... 619
- Валеева З. Л.**  
Налогообложение участников внешнеэкономической деятельности ..... 622
- Васина Е. И., Трифонов О. А.**  
Формирование организационной культуры как фактора успеха управления организацией социальной сферы ..... 625
- Веригина К. А.**  
Сравнительный анализ деятельности международных аэропортов Владивостока и Хабаровска ..... 628
- Видрицкая Н. И.**  
Азиатский вектор внешней политики Республики Казахстан (Япония, Индия, КНР) ... 630
- Власова Н. В., Попова И. Е.**  
Профессиональная деятельность внутреннего аудитора: цели и развитие ..... 633
- Волгина О. С.**  
Совершенствование кадровой политики коммерческого предприятия..... 639
- Воронин Н. М.**  
Особенности функционирования муниципальных образований в современных социально-экономических условиях: исторические и правовые характеристики ..... 642
- Галиев Л. Р.**  
Теоретические вопросы управления качеством в системе «Бережливое производство» ..... 644
- Галимович В. В., Старкова Г. П.**  
Качество жизни населения города Владивостока и пути решения проблем..... 648
- Гараева М. Л.**  
Основные аспекты развития индустрии морских контейнерных перевозок в международной логистике на примере компании «Маерск» (Maersk Line) ..... 650
- Герасимчук В. А.**  
Автоматизация процессов предприятия ..... 654
- Гида М.**  
Особенности комплекса-маркетинга в некоммерческой организации ..... 657
- Головина А. В., Калуцкая Н. А.**  
Проблемы и современное состояние страхового рынка России ..... 660
- Головина А. В., Калуцкая Н. А.**  
Специфические особенности ведения бухгалтерского учета страховой организации..... 664
- Голозубова Н. В.**  
Потребительское кредитование и его роль в повышении благосостояния населения страны ..... 667
- Голозубова Н. В.**  
Оценка современного состояния рынка потребительского кредитования в России ..... 670
- Голубков М. В.**  
Оптимизация процессов адаптации персонала в компании ООО «Радуга-ДВ», г. Владивосток..... 674
- Гораль Т. М.**  
Оптимизация процессов адаптации персонала в компании ООО «Хорс», г. Владивосток..... 677
- Гребенюк Т. А., Бусоедов И. А.**  
Внедрение корпоративной системы управления ..... 680
- Гребенюк Т. А., Бусоедов И. А.**  
Подбор персонала и рекрутинг ..... 682
- Гришина Я. С.**  
Современное состояние экспортного потенциала Свердловской области ..... 684

<b>Гудков К. А.</b> Режим порто-франко: исторический опыт и современные перспективы..... 687	<b>Джашеев И. К.</b> Маркетинговые стратегии и инновации гостиничного предприятия ..... 708
<b>Гурьянов П. А.</b> Развитие малого и среднего бизнеса в Санкт-Петербурге после 2007 г. .... 688	<b>Дмитриевская В. А., Гигаури М. Н.</b> Методы служебной аттестации: традиционные и современные методы ..... 710
<b>Данилова И. С., Чепурнова Ю. М.</b> Совершенствование системы стимулирования труда персонала ..... 691	<b>Дмитриевская В. А., Гигаури М. Н.</b> Методы и системы управления временем..... 712
<b>Данилова Т. С.</b> Реализация государственной политики занятости на муниципальном уровне ..... 702	<b>Дутко Е. П.</b> Государственный механизм борьбы с фирмами-однодневками ..... 714
<b>Денисова Е. И., Новгородов А. С.</b> Совершенствование условий труда персонала организации ..... 704	<b>Дядюхно В. О.</b> Разработка имиджевых мероприятий для гостиницы ..... 716



## ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

### Оценка уровня качества услуг жилищно-коммунального хозяйства с помощью методики А. А. Чалиева

Бумаженко Надежда Федоровна, практикант  
Административно-территориальное управление Первореченского района г. Владивостока

*В данной статье рассмотрена и апробирована методика оценки уровня качества жилищно-коммунальных услуг А. А. Чалиева.*

**Ключевые слова:** качество, качество услуг, оценка уровня качества услуг, жилищно-коммунальное хозяйство, жилищно-коммунальные услуги

В настоящее время проблема повышения уровня качества является актуальной для любого сектора современной экономики. Особую важность проблема уровня качества приобрела в сегменте жилищно-коммунального хозяйства, основной целью которого является обеспечение благосостояния и высокий уровень жизни населения. Доступность и высокое качество услуг жилищно-коммунального хозяйства является первостепенным как на местном, так и государственном уровне.

По результатам исследования, проведенного Всероссийским центром изучения общественного мнения, 84% россиян не удовлетворены жилищно-коммунальными услугами. Наиболее типичными проблемами в сфере ЖКХ для российских городов остаются следующие: неудовлетворительная работа в области тепло- и водоснабжения микрорайонов, плохое качество водопроводной воды, неблагоустроенные и не освещенные в вечернее время дворы и улицы, низкое качество обслуживания внутридомовых сетей. Более трети населения страны (37%) недовольны сроками оказания жилищно-коммунальных услуг: 17% — своевременностью ремонта ветхого жилья, 9% — сроками реагирования на заявку жильцов, 11% — сроками устранения неисправностей [1, с. 127].

Существуют различные подходы к измерению уровня качества услуг ЖКХ. Одной из доступных и эффективных методик по измерению уровня качества жилищно-коммунальных услуг является методика, разработанная А. А. Чалиевым. В ее основе лежит принцип «жалобоотдачи», который рассчитывается по формуле:

$$Жо = \frac{K_{потр}}{K_{жа}}, \quad (1)$$

где  $K_{потр}$  — количество потребителей ЖКУ;  
 $K_{жа}$  — количество «жалоб» за анализируемый период (год) [2].

В данном случае под жалобами понимаются зафиксированные обращения от потребителей жилищно-коммунальных услуг, связанных с неисправностями, перебоями, авариями или низким уровнем качества предоставляемых услуг. Как утверждает А. А. Чалиев, «данный метод достаточно эффективен, поскольку чем меньше жалоб от потребителей ЖКУ, тем качественней они предоставляются».

Таким образом, «жалобоотдача» показывает какое количество потребителей жилищно-коммунальных услуг приходится на одну жалобу. Коэффициент «жалобоотдачи» будет увеличиваться в том случае, если будет сокращаться количество поступаемых жалоб. Таким образом, можно выявить закономерность: чем выше коэффициент «жалобоотдачи», тем качественнее предоставляются жилищно-коммунальные услуги их потребителям.

Однако предприятия, предоставляющие жилищно-коммунальные услуги, изначально находятся в неравных условиях. В первую очередь это связано со степенью износа зданий и оборудования. Поэтому А. А. Чалиев вводит «выравнивающий коэффициент» ( $K_v$ ), который учитывает разную степень износа объектов жилого фонда.

В настоящее время единственным источником о степени износа объектов жилого фонда являются материалы технической инвентаризации. Так как износ зданий неоднороден, на практике используют среднее значение степени износа жилого фонда, которое рассчитывается следующим образом:

$$\bar{I}_{жф} = \sum_{i=1}^N I_i d_i, \quad (2)$$

где  $I_i$  — износ  $i$ -го объекта;  
 $d_i$  — доля  $i$ -го объекта жилого фонда.

В качестве выравнивающего коэффициента используют повышающую шкалу, представленную ниже:

Средний износ, %	до 20	20–40	40–60	60–80	более 80
Кв	1	1,5	2	3	5

Таким образом, для определения уровня качества предоставляемых жилищно-коммунальных услуг А. А. Чалиев предлагает использовать спроектированный, т. е. выровненный по величине износа показатель «жалобоотдачи»:

$$Жо' = K_{\text{жк}} \frac{K_{\text{ПОТР}}}{K_{\text{ЖА}}} \quad (3)$$

Как утверждает автор методики, «скорректированный показатель жалобоотдачи достаточно скупо иллюстрирует качество предоставляемых ЖКУ, но его несомненным преимуществом является его универсальность — независимо от характера и вида предоставляемых ЖКУ, размеров ЖКП данный показатель будет «работать» [2].

На следующем этапе является взаимосогласование таких факторов как уровень предоставляемых жилищно-коммунальных услуг и их стоимость. При оценки стоимости жилищно-коммунальных услуг ведущим критерием является их относительная дешевизна: чем ниже стоимость, тем выгоднее это для потребителя. Однако низкая стоимость оказываемых услуг может свидетельствовать и о низком уровне качества. Поэтому необходимо комплексно рассматривать скорректированный коэффициент «жалобоотдачи» и стоимость услуг ЖКУ.

Стоимость (тарифы) на каждый вид жилищно-коммунальных услуг потребитель должен оценивать отдельно, как и отдавать предпочтение поставщику, который предлагает наиболее выгодные условия. Но, как правило, более

высокие тарифы свидетельствуют о более высоком уровне качества предоставляемых услуг. Поэтому, для более объективных результатов потребитель должен сравнивать поставщиков жилищно-коммунальных услуг по соотношению «цена/качество»:

$$\frac{\text{цена ЖКУ} \rightarrow \min}{\text{качество ЖКУ} \rightarrow \max} \quad (4)$$

Подставив формулу (3) в формулу (4), можно получить соотношение цены и качества жилищно-коммунальных услуг (5):

$$K_{\text{ц/к}} = \frac{\text{"цена"}}{Ж'о} = \frac{K_{\text{ЖА}} * \text{"цена"}}{K_{\text{е}} * K_{\text{ПОТР}}} \quad (5)$$

Подводя итоги, чем больше получаемое значение, тем более качественные услуги жилищно-коммунального хозяйства предоставляет поставщик за определенную цену, и наоборот. Рассчитав значения показателя «цена/качество» для различных поставщиков жилищно-коммунальных услуг заинтересованные стороны (потребители услуг, контролирующие органы и т. д.) могут сделать соответствующие выводы о качестве услуг жилищно-коммунального хозяйства различных поставщиков, сравнивая полученные значения.

Рассмотрим данную методику на конкретном примере. В качестве объекта эмпирического исследования было выбрано ТСЖ «Тухачевского 28» г. Владивостока. Проведем оценку качества услуг ТСЖ «Тухачевского 28» по имеющимся данным. За 2015 год поступило 204 обращения и жалоб от жителей, проживающих по данному адресу. Результаты представлены в таблице 1.

Таблица 1. Статистика жалоб от жителей, проживающих по адресу Тухачевского 28, г. Владивостока за 2015 г.

№ п/п	Тематика жалоб	2015 г.	
		Количество, (шт.)	Структура, (%)
1	Ремонт и замена сантехоборудования	17	8
2	Теплоснабжение и горячее водоснабжение	10	4,9
3	Холодное водоснабжение	6	3
4	Благоустройство	58	28
5	Санитарное содержание	37	18
6	Косметический ремонт после протечек	30	14,7
7	Ремонт лестничных клеток	5	2,4
8	Ремонт полов, дверей, окон	6	3
9	Ремонт и замена кровли	35	17
10	Электроснабжение и освещение	25	13
	Итого	204	100,0

Анализ тематики жалоб жителей показал, что большинство обращений поступило по вопросам благоустройства придомовой территории.

Далее проведем расчет качества предоставляемых услуг ТСЖ «Тухачевского 28» за 2013–2015 гг. по формулам,

представленным выше (1–5). Данные оформим в виде таблицы 2.

Данные таблицы 2 показывают, что количество потребителей на протяжении анализируемого периода неизменно и составляет 366 человек. Цена средняя на услуги жилищ-



но-коммунального хозяйства на протяжении 2013–2015 гг. увеличилась на 720 руб. и на конец анализируемого периода составила 3500,0 руб. Для расчета показателей цены и качества услуг предприятия необходим выравнивающий ко-

эффициент (Кв), который составляет на протяжении 2013–2015 гг. 1,5. Это связано с тем, что износ жилищного фонда составляет 20–40%, а, согласно приведенной выше таблице 1, выравнивающий коэффициент составляет 1,5.

Таблица 2. Показатели качества услуг ТСЖ «Тухачевского 28», г. Владивостока за 2013–2015 гг.

№ п/п	Показатели	2013	2014	2015	Отклонение 2015 г. от 2013 г.
1	Количество потребителей ЖКУ, чел.	366	366	366	
2	Количество жалоб за анализируемый период	327	285	204	-123
3	Жалобоотдача	1,119	1,284	1,794	+ 0,675
4	Выравнивающий коэффициент (Кв)	1,5	1,5	1,5	
5	Жалобоотдача выровненная по величине износа	1,679	1,923	2,691	+ 1,012
6	Средняя цена услуг, руб.	2100	2780	3500	+ 1400
	Отношение цены к жалобоотдаче (коэффициент цена)	1 250,74	1 445,65	1 300,63	-49,89
7	Коэффициент цена-качество	1250,74=125	1445,65=1443,16	1300,63=1300,54	
8	Вывод	Качество соответствует цене	Качество ниже, чем цена	Качество ниже, чем цена	-

Проведенный анализ показывает, что за 2013–2015 гг. произошло увеличение коэффициента «жалобоотдачи» на 0,23 по сравнению с показателем 2015 г., а коэффициент «жалобоотдачи» выровненный по величине износа увеличился на 3,04 и составил 16,18 (рисунок 1). Это свидетельствует о том, что количество жалоб за анализируемый период снизилось.

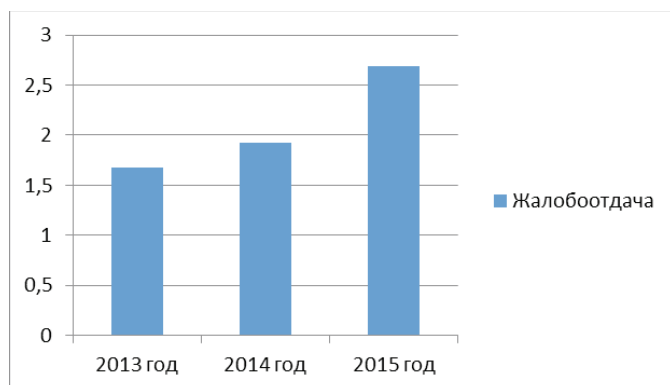


Рис. 1. Динамика показателя «жалобоотдачи» ТСЖ «Тухачевского 28», г. Владивостока за 2013–2015 гг.

Важно отметить, что в связи с ростом показателя «цена» и снижением жалоб потребителей, к 2015 г. наблюдается понижение качества по сравнению с ценой, т. е. Товарищество не стало предоставлять услуги более высокого качества, однако цена возросла. В начале анализируемого периода наблюдается подобная ситуация, так в частности в 2013 г. и в 2014 г. цена услуг примерно равна качеству

услуг, однако, работу Товарищества нельзя оценить положительно (рисунок 2).

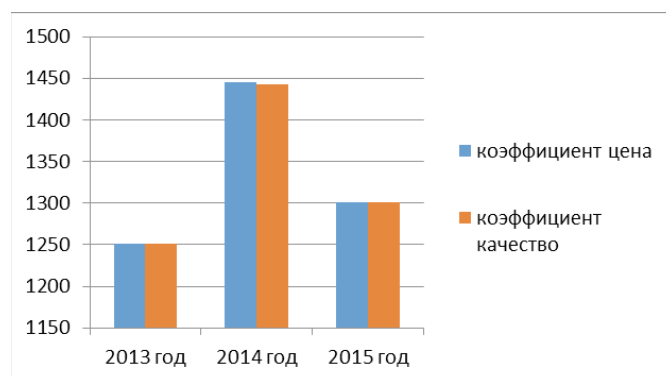


Рис. 2. Динамика соотношения показателей цены и качества жилищно-коммунальных услуг за 2013–2015 гг.

В целом деятельность ТСЖ «Тухачевского 28» можно оценить, как удовлетворительное, имеется ряд недостатков, которые необходимо устранить, так как это в целом влияет на улучшение показателей качества услуг предприятия жилищно-коммунального хозяйства.

Таким образом, на конкретном примере можно увидеть, как работает данная методика. Конечно, она имеет ряд недостатков, и для более объективного результата необходимо использовать комплекс методик по оценке уровня качества предоставляемых услуг. Однако методика А. А. Чалиева имеет и ряд преимуществ, таких как доступность (не нужны специализированные программы и компьютерное обеспечение), информативность, легкость в обращении.

## Библиографический список

1. Семеркова Л. Н. Оценка качества жилищно-коммунальных услуг / Л. Н. Семеркова, Т. Н. Дмитриева // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. — 2011. — № 4 (20).
2. Чалиев А. А. Методика оценки цены и качества жилищно-коммунальных услуг [Электронный ресурс]. — Режим доступа: URL: <http://xn--80aeio4e.xn--p1ai/articles/kachestvo-uslug-gkh.html> (дата обращения: 27.04.2016).

## Налогообложение участников внешнеэкономической деятельности

Валеева Зарина Ленаровна, студент  
Казанский (Приволжский) Федеральный Университет

В современном мире в условиях финансовой глобализации, когда бизнес приобретает все более интернациональный характер, менеджменту компании следует учитывать возможность экономии финансовых затрат во взаимосвязи с особенностями налоговой политики отдельных стран и их сотрудничеством в налоговой сфере.

Внешнеторговый оборот России в январе-сентябре 2015 г. составил 617,3 млрд долларов и увеличился по сравнению с январем-сентябром 2014 г. в стоимостном выражении на 0,6 % (в январе-сентябре 2014 г. против ян-

варя-сентября 2013 г. — прирост на 3,1 %), в том числе со странами дальнего зарубежья — прирост на 2,0 % до 534,2 млрд долларов, странами СНГ — спад на 7,7 % до 83,1 млрд долларов. [6]

Замедление темпов роста стоимостных объемов внешней торговли России в январе-сентябре 2015 г. против января-сентября 2014 г. обусловлено существенным снижением экспортных поставок за счет падения экспортных цен и снижением объемов торговли со странами СНГ по стоимости, физическому объему и средним контрактным цен.

Таблица 1. Внешняя торговля России в январе сентябре 2015 г. [7]

	Оборот	Экспорт	Импорт	Сальдо
Всего	617,3	385,6	231,7	153,9
Темпы прироста в%	0,6	-0,1	1,7	
Дальнее зарубежье	534,1	333,0	201,2	131,7
Темпы прироста в%	2,0	1,8	2,5	
Страны СНГ	83,1	52,6	30,5	22,2
Темпы прироста в%	-7,7	-10,2	-2,9	

Под влиянием сезонных колебаний, нестабильности в политической, экономической и товарной конъюнктуре в различных регионах мира в условиях мирового экономического кризиса, экспортная и импортная деятельность носила крайне неравномерный характер.

Объемы внешней торговли США товарами и услугами в 2015 году увеличились по сравнению с предыдущим годом на 1,2 % (по сравнению с 2011 годом — на 43,9 %) до 5,016 трлн долл. В общем объеме товарооборота на долю экспорта приходилось 45 % (2,272 трлн долл.), импорта — 55 % (2,743 трлн долл.). Совокупный дефицит США в торговле товарами и услугами в 2015 году сократился до 471 млрд долл., что на 63 млрд долл. меньше аналогичного показателя 2014 года, но на 91 млрд долл. больше аналогичного показателя 2011 года (за счет общего увеличения товарооборота). По итогам 2015 года объем внешней торговли товарами составил 3,884 трлн долл. (рост на 0,5 % по сравнению с 2014 годом и на 48,9 % по сравнению с 2011 годом). Экспорт США по сравнению с 2014 годом

увеличился на 1,9 % (по сравнению с 2011 годом — на 52 %) до 1,590 трлн долл., а импорт — снизился на 0,4 % (по сравнению с 2011 годом — на 46,8 %) до 2,294 трлн долл. Торговый дефицит сократился до 703 млрд долл. (741 млрд долл. в 2014 году и 517 млрд долл. в 2011 году).

В 2011–2015 гг. совокупный внешнеторговый оборот Германии вырос на 613 млрд евро и достиг 2,4 трлн евро, в т. ч. товарооборот увеличился на 522 млрд евро, а оборот услуг — на 91 млрд евро. Товарооборот наращивался в рассматриваемый период быстрее, чем оборот услуг (+35,6 и +25,7 % соответственно); в отчетном 2015 году, напротив, товарооборот упал на 0,6 %, а оборот услуг поднялся на 3,7 %. В целом доля товаров в совокупном внешнеторговом обороте в 2011–2015 гг. немного повысилась (на 1,1 п. п., до 82 %), а доля услуг чуть понизилась (до 18 %).

Объем обычной торговли в январе-апреле 2014 г. составил 729,64 млрд долл. (+9,2 % к 2013 г.), или 55,09 % всего товарооборота. Экспорт увеличился на 7,7 % и составил 347,02 млрд долл. Импорт вырос на 10,6 %, а оборот услуг — на 1,9 %.

до 382,62 млрд долл. Пассивное сальдо торгового баланса в этой форме торговли составило 35,60 млрд долл.

Внешнеторговый оборот в рамках толлинговой торговли составил 417,54 млрд. ( — 3,4%), или 31,52% всего товарооборота. Экспорт сократился на 3,6% до 263,60 млрд долл. Импорт сократился на 4,5% и составил 153,94 млрд долл. В рамках этой торговой формы сложилось положительное сальдо в сумме 109,66 млрд долл.

Налогообложение внешнеэкономической деятельности отличается от налогообложения операций внутри страны:

- 1) порядком исчисления и взимания налогов;
- 2) порядком получения вычетов и комплектом документов, необходимых для подтверждения данного права;
- 3) порядком расчета налоговой базы, для которой актуальным является таможенная стоимость;
- 4) особенности осуществления операций с товарами, находящимися на определенном таможенном режиме. [4]

Основными налогами, которые уплачиваются при обложении объектов внешнеэкономической деятельности, являются налог на добавленную стоимость (далее НДС), акциз, налог на прибыль в части налогообложения данной сферы.

Государство заинтересовано в развитии внешнеэкономической деятельности, так как в результате осуществления таких операций происходит интенсивное развитие национальной экономики, что обеспечивает условия для эффективной интеграции ее в мировую экономику. Кроме того, осуществляется приток валюты в страну, улучшается платежный баланс государства. Для того чтобы поддержать организации, осуществляющие экспортные операции, государство строит свою налоговую политику таким образом, чтобы налогоплательщикам было выгодно заниматься реализацией товаров (работ, услуг) на экспорт.

Используются два принципа выявления страны налогообложения по НДС при экспорте продукции — принцип происхождения и принцип назначения. В соответствии с 1 принципом налогообложение реализуется в государстве, в котором продавец реализует собственную деятельность (принцип происхождения), а согласно второму — налогообложение реализуется в государстве, где находится покупатель (принцип назначения). [5]

Налог на добавленную стоимость является универсальным налогом, входящим в систему налогообложения большинства стран. Представляет собой налог с оборота или потребления, т. е. фактически уплачивается потребителем товара (работы, услуги). В странах ЕС взимается в стране предназначения товара и является унифицированным по размеру, исключаемым при экспорте и включаемым при импорте. В странах СНГ взимается, главным образом, в стране предназначения.

Вопросы, связанные с исчислением и уплатой налога на добавленную стоимость в последние годы приобретают все большую актуальность. Это связано с тем, что экспортный НДС нередко используется недобросовестными лицами для получения дохода за счет государства (лже-экспорт и т. д.). Соответственно, государство устанавливает различные барьеры, что приводит к значительным издержкам для добросовестных экспортеров. Практически все они сталкиваются с огромным количеством проблем, возникающих в процессе осуществления внешнеэкономической деятельности. В том числе эти проблемы связаны с применением режима налогообложения экспортных операций. Действующее налоговое законодательство в этой части не слишком понятно для рядового налогоплательщика, что, подчас, ставит его в тупик.

В соответствии с подпунктом 1 пункта 1 статьи 164 Налогового кодекса Российской Федерации (НК РФ) при реализации товаров, вывезенных в таможенном режиме экспорта, применяется налоговая ставка 0 процентов.

Сказанное фактически означает, что по операциям, облагаемым по нулевой ставке, как и по операциям, освобожденным от налогообложения, НДС не уплачивается.

Экспортеры не только не уплачивают НДС в бюджет, но, более того, имеют право на возмещение (зачет) входного налога после представления в налоговые органы документов, подтверждающих реальный экспорт товаров.

В отношении со странами СНГ применяется принцип взимания НДС по «стране происхождения» товаров, то есть налог взимается в стране-экспортере со «своих» предприятий так же, как и по внутренним оборотам, с соответствующим возмещением (зачетом) входного НДС.

Существующие правила взимания НДС в странах СНГ приводятся в таблице 2.

Таблица 2. Взимание НДС в странах СНГ при международной торговле

Страна	Стандартная ставка НДС	Порядок обложения экспорта		Порядок обложения импорта	
		В СНГ	В остальные страны	В СНГ	В остальные страны
Армения	20	облагается	Нулевая ставка	Зачет НДС страны-экспортера	Облагается
Азербайджан	20	облагается	Нулевая ставка	Зачет по стандартной ставке	Облагается
Беларусь	20	облагается	освобождается	Облагается за исключением импорта из России	Облагается

Страна	Стандартная ставка НДС	Порядок обложения экспорта		Порядок обложения импорта	
		В СНГ	В остальные страны	В СНГ	В остальные страны
Грузия	20	облагается	Нулевая ставка	Зачет НДС страны-экспортера	Облагается
Казахстан	20	облагается	Нулевая ставка	Облагается за исключением импорта из России	Облагается
Кыргызстан	20	облагается	освобождается	Зачет по стандартной ставке	Облагается
Молдова	20	облагается	освобождается	Нет налога на импорт и нет зачетов	Облагается
Россия	20	облагается	Нулевая ставка	Зачет по стандартной ставке	Облагается
Таджикистан	20	облагается	освобождается	Нет налога на импорт и нет зачетов	Облагается
Туркменистан	20	облагается	облагается	Нет налога на импорт и нет зачетов	Нет налога на импорт и нет зачетов
Украина	20	Нулевая ставка	Нулевая ставка	Облагается кроме импорта с\х продукции из России	облагается
Узбекистан	17	облагается	освобождается	Зачет НДС страны-экспортера	Облагается

Налогоплательщиками налога на прибыль являются: иностранные организации, осуществляющие свою деятельность в РФ через постоянные представительства; иностранные организации, получающие доходы от источников в РФ. Объектом налогообложения является прибыль, полученная налогоплательщиком. [2]

Налог на прибыль внешнеэкономической деятельности формируется в следующих случаях:

- 1) если осуществляет деятельность через представительство, то налогоплательщиком является иностранная организация, а сумма налога на прибыль удерживается и уплачивается в бюджет у источника выплаты доходов налоговым агентом. Объект — Доход уменьшенный на расход, понесенный этим представительством
- 2) если иностранная организация, не осуществляет деятельность через постоянное представительство в Российской Федерации и получает доходы от источников в Российской Федерации, тогда объектные доходы.

Налоговой базой для исчисления налога на прибыль признается прибыль организации, рассчитанная как сумма полученного дохода, уменьшенного на величину произведенных расходов. Налоговая база определяется как денежное выражение объекта налогообложения. Налоговая база по прибыли, облагаемой по разным ставкам, рассчитывается отдельно.

Налоговые ставки:

- 1) на доходы иностранных организаций, осуществляющих деятельность в РФ через постоянное представительство, составляют 20%.

При этом: сумма налога, исчисленная по налоговой ставке в размере 2%, зачисляется в федеральный бюджет; сумма налога, исчисленная по налоговой ставке в размере 18%, зачисляется в бюджет субъектов РФ;

2) на доходы иностранных организаций, не связанных с деятельностью в РФ через иностранное представительство, устанавливаются в следующих размерах:

10% — от использования, содержания или сдачи в аренду судов, самолетов или других подвижных транспортных средств или контейнеров в связи с осуществлением международных перевозок;

20% — с любых доходов, кроме доходов, облагаемых по ставке 10%;

3) в отношении доходов, полученных в виде дивидендов, установлена следующая ставка: 15% — по доходам, полученным в виде дивидендов от российской организации иностранными организациями, а также по доходам, полученным в виде дивидендов российскими организациями от иностранных организаций

4) налоговая ставка устанавливается в размере 30% в отношении доходов по ценным бумагам (за исключением доходов в виде дивидендов), выпущенным российскими организациями, права на которые учитываются на счете депозитного иностранного уполномоченного держателя [2]

Развитие внешнеэкономических связей приводит к тому, что многие организации осуществляют свою деятельность территории двух или более государств. Поэтому для многих стран мира актуальным является совершенствование налогового законодательства с точки зрения устранения таких ситуаций, когда один и тот же объект, например прибыль, облагается идентичными налогами в разных странах. Так,

прибыль организации, полученная на территориях нескольких государств, может облагаться налогом в этих государствах одновременно. В результате последовательного обложения доходов компании в стране получения дохода и в стране ее регистрации (постоянного местопребывания) возникает двойное международное налогообложение.

На сегодняшний день вопрос двойного налогообложения частично решен благодаря созданию Модельной налоговой конвенции (далее МНК), разработанной на основе МНК ОЭСР и в настоящий момент. Правительство США применяет её как основу при подписании договоров с другими государствами. В отличие от МНК ОЭСР, МНК США выступает в более жёстком стиле, регламентирует серьёзные ограничения на применение предоставляемыми ею скидками, ставя целью предотвращение налогового мошенничества и появления компания с одной целью уклонения от налогов.

Согласно МНК, для предотвращения двойного налогообложения был разработан механизм налогового кредита. [1]

Если говорить о международных соглашениях, которые заключены между европейскими странами и РФ, то в них часто используется метод налогового кредита, при этом условия его использования регламентируются для того

либо иного дохода. Исключением выступают договоренности с Австрией, Бельгией, Германией и Люксембургом, где в странах резидентства имеется полное освобождение от налогообложения, а в РФ уплачивается налог «у источника» с определённого типа дохода. При этом исключением из доходов, которые не подлежат полному освобождению, являются: дивиденды с Австрией, Германией (немецкий резидент имеет менее 10% акций отечественной организации) и Люксембургом; дивиденды, проценты и роялти с Бельгией.

В чистом виде (в соответствии с положениями ОЭСР) метод налогового кредита реализуется только в трёх международных соглашениях (между Россией и странами Европейского союза): с Грецией, Португалией, Данией. Такие же правила налогообложения дивидендов регламентированы США. [2]

В ООН ставок налога в государстве — источнике выплаты дивидендов не регламентируется, а рекомендуется контрагентам разрешить указанный вопрос с помощью переговоров. В случае более чем 10%-го участия акционера в уставном капитале предприятия в соглашениях ООН предлагается использовать сниженную ставку налога на дивиденды.

#### Литература:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. — М.: НОРМА, 2007. — 1088 с.
2. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая — от 31.07.1998 № 146-ФЗ (в ред. от 23.07.2013), часть вторая — от 05.08.2000 № 117-ФЗ (в ред. от 23.07.2013))
3. «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности» Закон РФ от 08.12.2003 № 164-ФЗ.
4. Зрелов А. Нулевая ставка НДС при международных перевозках / А. Зрелов // Налоговый вестник — 2013. — № 7, с.61–82
5. Кравченко Р.Ю. Классификация участников внешнеэкономической деятельности и особенности нормативного регулирования отношений./Р.Ю. Кравченко// Международный бухгалтерский учет. — 2010. — № 7, с. 26–33
6. Севастьянова К. Д. Основные торгово-экономические партнеры России / К. Д. Севастьянова // Молодой ученый. — 2013. — № 5, с. 374–378
7. <http://www.ved.gov.ru>

## Формирование организационной культуры как фактора успеха управления организацией социальной сферы

Васина Елена Игоревна, студент

Научный руководитель: Трифонов Олег Александрович, кандидат экономических наук, профессор  
Московский государственный психолого-педагогический университет

*В статье рассмотрены вопросы формирования и совершенствования организационной культуры как фактора повышения эффективности управления организацией социальной сферы в современных условиях.*

**Ключевые слова:** организационная культура, управление организацией, социальная сфера.

Каждая организация должна обладать четко определенными и лаконично сформулированными целями, которые она ставит перед своей деятельностью. Эти цели

должны согласовываться с доступными организации ресурсами и соответствовать ее возможностям. Благодаря им уже определяются ключевые задачи для достижения

выдвинутых целей. И так как задачи и цели — это одни из элементов организационной культуры, то для их верного формирования необходимо обладать и развивать культуру организации.

Совершенствование организационной культуры позволяет руководству организации увеличивать интерес к деятельности своего персонала, формировать чувство причастности, другими словами мотивировать людей, а также оказать влияние на уровень эффективности деятельности организации.

На управление культурой организации влияют те потребности, которые удовлетворяет организация. Если развитие культуры низкое, то внутри организации возникают непредвиденные и необоснованные расходы на привлечения специалистов извне или консалтинговых агентств, возникает потребность в увеличении управленческих единиц и управление организацией становится более сложным в целом.

Под организационной культурой принято понимать систематизированную совокупность общепринятых ценностей правил и поведенческих норм, которые приняты каждым членом организации. [1] Культура организации — это основа для создания внутренних жизненных резервов организации.

То как приятно говорить, сам язык, то, как принято себя вести в этом обществе, какие нормы и ценности разделяют люди, каких принципов придерживаются — все эти аспекты находят свое отражение в организационной культуре. Именно это отличает культуру одной организации от другой, воздействует на ее формирование и развитие, ее способность к функционированию в изменяющихся условиях на долгий период времени.

Основой культуры организации является философия организации. Она образуется с помощью принятых обществом законов (например, религиозных учений) и таких положений как Декларация прав человека, Конституция, Гражданский кодекс, законов о труде, коллективного договора, устава организации.

Источниками организационной культуры являются:

- 1) взгляды, ценности и представления основателей организации;
- 2) коллективный опыт, полученный в процессе формирования и работы организации;
- 3) новые взгляды и представления, внесенные новыми сотрудниками, особенно руководителями.

Для понятия организационной культуры, его определения необходимо рассматривать с разных подходов. Обычно исследователи выделяют три ниже перечисленных:

- 1) Как деятельность членов организации;
- 2) Как отдельно взятые элементы культуры;
- 3) Как целое. [6, с 29–30]

Основополагающая идеология подразумевает помимо целей, ценностей также внешний вид организации, впечатление, которое производит организация и наличие символики. Благодаря этим элементам организационная куль-

тура и те ценности, которые она продвигает, отражаются и передаются другим участникам. Почти все организации (за редким исключением) разрабатывают специальные документы, прописывающие все вышеперечисленные направления организации.

По отношению к организации культура выполняет ряд важных функций:

**Охранная функция.** Состоит в создании барьера от нежелательных внешних воздействий.

**Интегрирующая функция.** Формирует чувство принадлежности к организации.

**Регулирующая функция.** Поддерживает необходимые правила и нормы поведения членов организации.

**Адаптивная функция.** Облегчает взаимное приспособление людей друг к другу и к организации.

**Ориентирующая функция культуры** направляет деятельность организации и ее участников в необходимое русло.

**Функция формирования имиджа организации** [2, с. 40–45].

Разбирая элементы культуры организации, часто используют широко распространенную модель У. Оучи. Она состоит из перечня пунктов, благодаря которым возможно проанализировать организационную культуру. Обязательства организации по отношению к своим членам.

- Оценка выполнения работы.
- Планирование карьеры.
- Система контроля.
- Принятие решений.
- Уровень ответственности.
- Интерес к человеку [4].

Эту модель сформулировали, проведя анализ и сравнив две компании из разных уголков света: японскую и американскую.

Организация характеризуется сильной организационной культурой в случае, если:

- Сотрудники осведомлены и уверены в ценностях организации и обладают четким представлением, как достичь поставленных целей;
- Партнерство на горизонтальных и вертикальных уровнях;
- В приоритетах компетентность и мотивированность сотрудников, повышения качества труда;
- Карьерный рост благодаря полученным результатам и принятие ответственности за деятельность;
- Причастность и гордость за результаты организации, желаний и заинтересованность в дальнейшем развитии.

Назвать культуру предприятия слабой можно в следующих случаях:

- нет четкого представления о целях организации, о ее ценностях и способах их достижения;
- упор на краткосрочные цели;
- отсутствие единодушия в целях, взглядах и убеждениях. Как следствие — противоречия;
- отсутствие согласованности в подразделениях;

— руководство ничего не предпринимает для создания связей и работы с персоналом.

Для формирования организационной культуры важно придерживаться принципов. Во-первых, организационная культура — это отражение всех ведущих направлений деятельности организации, а в целом, ее существования; во-вторых, направления деятельности организации должны быть сформулированы как положительные идеи, воодушевлять и нести эмоциональный посыл; в-третьих, все идеи должны сочетаться и не противоречить друг другу, подтверждаться как сотрудниками, так и руководителями в процессе деятельности; в-четвертых, создаваемая культура обязана соответствовать условиям существования организации, ее типу и размеру, характеру деятельности и особенностям; в-пятых, не отказываться от прошлого опыта, исторического опыта, постоянно заниматься улучшением организационной культуры.

Организационная культура проявляется на следующих уровнях:

1. На поверхностном — символическом через видимые артефакты (внешний вид и расположение предприятия, дизайн интерьера, степень удобства рабочих мест, организация питания, соблюдение фирменного стиля документации, внешний вид служащих, различные знаки отличия, принятая сисглава коммуникаций).

2. На подповерхностном уровне изучаются ценности, верования и убеждения, разделяемые членами организации в соответствии с тем, насколько эти ценности отражаются в символах и языке, каким образом они несут в себе смысловое объяснение первого уровня.

3. На глубинном. Здесь рассматриваются основополагающие позиции, которые сложно воспринять даже сотрудникам: отношение к бытию, восприятие времени и пространства. На этом уровне формируется корпоративный

дух организации. Организационная культура редко бывает однородной.

Ведущей задачей по развитию персонала является то, какую позицию занимает персонал в глазах руководства, наличие стремления к работе, при этом соблюдения соответствия обучения персонала и основной работы, а также досугом. Важно учитывать совпадение потребностей своих сотрудников и потребностей всей организации. Они должны быть в одном направлении.

На сегодняшний день существуют многие подходы для формирования, диагностики и поддержания организационной культуры, это и опросники, и тестовые методики. Все они позволяют руководству создать необходимую организационную культуру для развития ее стратегии и достижения успеха. И так как организационная культура каждой организации — это совокупность индивидуальных особенностей, то подход к каждой из них нужен так же свой, следовательно, и комплекс методов индивидуальный. И как показал эксперимент У. Оучи, не имеет значения, в какой стране находится организация, она вполне может иметь намного больше общего с другой иностранной компанией, чем со схожей организацией той же области в той же стране. Не существует единой оптимальной организационной культуры.

Система образования в Российской Федерации является одной из важнейших социальных сфер, призванных через образовательно-воспитательный процесс образовательной среды формировать у граждан знания, культуру, общечеловеческие нравственные ценности. Именно воспитание в концепции цивилизованного общества делает человека Человеком [7]. А успех предприятия возникает в результате взаимодействия всех сотрудников, преследующих общие цели, которые должны быть реальны, пониматься каждым сотрудником и отражать основной характер предприятия.

#### Литература:

1. Потемкин В. К.. Организационная культура: учебник для вузов / В. К. Потемкин, Н. Н. Покровская, В. А. Спивак. — СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2013. — 332 с.
2. Тихомирова О. Г. Организационная культура: формирование, развитие и оценка: учебное пособие для студентов вузов / О. Г. Тихомирова. — М.: ИНФРА-М, 2011. — 151 с.
3. Макеев Валерий Александрович Корпоративная культура как фактор эффективного управления организацией // Армия и общество. 2009. № 2. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/korporativnaya-kultura-kak-faktor-effektivnogo-upravleniya-organizatsiy>
4. Павлова А. П. Организационная культура и лидерство // Вестник АГТУ. 2008. № 4. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/organizatsionnaya-kultura-i-liderstvo> (дата обращения: 15.03.2016).
5. Шишкова Галина Альбертовна Корпоративная культура как инструмент управления организацией // Вестник РГГУ. 2011. № 4. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/korporativnaya-kultura-kak-instrument-upravleniya-organizatsiy>
6. Яковенко Н. В. Влияние организационной культуры на деятельность организации // Российское предпринимательство. — 2007. — № 3 (87). — с. 29–32. — <http://www.creativeconomy.ru/articles/9686/>
7. Трифонов О. А. О проблемах обеспечения безопасности в современной образовательной среде // Самоуправление. — 2016. — № 4. — С. 34–38.

## Сравнительный анализ деятельности международных аэропортов Владивостока и Хабаровска

Веригина Ксения Андреевна, студент

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

Рынок международных авиаперевозок динамично развивается, благодаря тому, что транспортировка при помощи самолетов осуществляется быстро и безопасно. Незаменим воздушный авиатранспорт для тех, кто отправляет посылку в те места, куда не может доехать железнодорожная, морская или автомобильная техника. Также для многих имеет большое значение срочность доставки груза, к примеру, это могут быть скоропортящиеся продукты.

Стоит отметить, что авиадоставка грузов, как правило, осуществляется по всему миру, причем специализированные компании рассчитывают оптимальный маршрут. Посылка может быть доставлена довольно быстро, как в Южную Америку, так и Западную Европу.

Транспортировка производится грузов практически всех видов: электроприборов, химикатов, продуктов, мебели, одежды и т. д. Бывают случаи, когда клиентам нужно переправить по воздуху редкие дорогостоящие медикаменты, оригинальные запасные части для автомобилей, опасные вещества, а также скоропортящиеся и ценные грузы.

География международных авиаперевозок может быть ограничена только агентским договором. Представители компаний-агентов занимаются сопровождением груза в момент его отправки из начального пункта и доставки в конечную точку. За сохранность посылки во время полета отвечает авиакомпания. Такую услугу, как авиадоставка, отличает от железнодорожной, морской и автомобильной скорость перемещения и безопасность груза. Как правило, российские авиакомпании осуществляют экспорт во всех направлениях, доставку грузов между странами третьего мира (FTF перевозки). [4, с. 32]

Преимущества авиаперевозок:

- клиенты заключают договора с лидирующими мировыми авиакомпаниями;
- предоставление перевозчиками комплекса услуг в начальной и конечной точках маршрута;

- консультирование потребителей относительно таможенных платежей;
- сотрудничество с агентами по всему миру;
- удобные формы расчета с авиакомпаниями. Кстати, каждый может забронировать место в самолете для груза, не выходя из дома, воспользовавшись Интернетом;
- при работе с клиентом учитываются его требования и пожелания, особенно с особо опасными грузами.

В качестве примера проанализируем деятельность Международного аэропорта г. Владивосток. «Международный аэропорт Владивосток» — авиакомпания, входящая в группу компаний «Аэрофлот», лидер авиаперевозок на Дальнем Востоке России, является одной из крупнейших авиакомпаний России. «Международный аэропорт Владивосток» в рамках расписания полетов выполняет десятки российских и международных авиарейсов. Для эффективного обслуживания обширной маршрутной сети компания обладает авиационным парком, насчитывающим воздушные суда Ту-204—300, Airbus A320, Ми-8.

Воздушные суда компании качественно выполняют авиаперевозки пассажиров в России и странах Азиатско-Тихоокеанского региона. Летный и инженерно-технический состав компании имеет высочайшую подготовку, постоянно повышая свои профессиональные навыки. [1]

Миссия ОАО «Международный аэропорт Владивосток»: обеспечивая полеты, мы делаем достижимой любую точку земного шара, создаем атмосферу надежности и комфорта, чтобы наша воздушная гавань была привлекательна для каждого путника.

Размер уставного капитала ОАО «Международный аэропорт Владивосток» в течение отчетного периода не изменялся и составляет 5 255 808,84 руб. Общее количество акций составляет 525 580 884 штуки, номинальная стоимость обыкновенной акции 0,01 руб.

В таблице 1 представлены технико-экономические показатели компании.

Таблица 1. Технико-экономические показатели ОАО «Международный аэропорт Владивосток» за 2012–2014 года (в тысячах рублей)

Показатели	Год			Абсолютное отклонение		Темп роста, %	
	2013	2014	2015	2014/ 2013	2015/ 2014	2014/ 2013	2015/ 2014
Выручка	973522	1083611	1117467	110089	33856	111,31	103,12
Среднесписочная численность работающих, чел.	1396	1466	1368	70	-98	105,01	93,32
Среднегодовая выработка 1 работающего	697,37	739,16	816,86	41,80	77,70	105,99	110,51



Показатели	Год			Абсолютное отклонение		Темп роста, %	
	2013	2014	2015	2014/ 2013	2015/ 2014	2014/ 2013	2015/ 2014
Фонд оплаты труда	492000	516000	480000	24000	-36000	104,88	93,02
Среднегодовой уровень оплаты труда	352,44	351,98	350,88	-0,46	-1,10	99,87	99,69
Среднегодовая стоимость ОПФ	894738	841473	505550	-53265	-335923	94,05	60,08
Фондоотдача, руб/руб	1,09	1,29	2,21	0,20	0,92	118,35	171,65
Фондоёмкость, руб/руб.	0,92	0,78	0,45	-0,14	-0,32	84,49	58,26
Себестоимость продаж,	958112	1199268	1192994	241156	-6274	125,17	99,48
Затраты на 1 руб. реализованной продукции, руб.	0,98	1,11	1,07	0,12	-0,04	112,45	96,46
Прибыль от продаж	15410	-115657	-75527	-131067	40130	-750,53	65,30
Прибыль до налогообложения	2467	-225247	-218543	-227714,00	6704,00	-9130,40	97,02
Фондовооруженность,%	640,93	573,99	369,55	-66,94	-204,44	89,56	64,38
Рентабельность продаж,%	1,58	-	-	-1,58	-	-	-

По данным таблицы 1 видно, что выручка в 2015 году по сравнению с 2014 увеличилась на 110089 тыс., с увеличением пассажиропотока, и в 2015 году увеличилась на 33856, за счет сдачи помещений в аренду, не смотря на повышение доллара и санкции.

Пассажиропоток аэропорта в 2014 году составил 1 млн 792 тыс. пассажиров, в т.ч. на внутренних воздушных линиях — 1 млн 294 тыс., на международных воздушных линиях — 498 тыс. Обеспечено выполнение 7,2 тыс. самолё-

товывлетов, показатель суммарной взлетной массы составил 744,8 тыс. тонн.

Основная причина снижения показателей по сравнению с прошлым годом — реорганизация базовой авиакомпании («Аврора» / «Сахалинские авиатрассы» / «Владивосток Авиа»), в результате которой в 2015 г. значительно сократилось количество исторически сложившихся рейсов, произошла замена парка ВС (с взлетной массой ниже, чем в 2014 г).

Таблица 2. Производственные показатели в динамике 2012–2015 гг.

Показатели	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2012/2011 г.	2013/2012 г.	2014/2013 г.	2015/2014 г.
Пассажиропоток, тыс. пасс.	1 457	1 624	1 853	1 792	114%	111%	114%	97%
Самолетовылеты, ед.	6 295	6 724	7 493	7 220	116%	107%	111%	96%
Суммарная взлетная масса, тыс. тонн	690,65	760,56	842,57	744,81	116%	110%	111%	88%

По итогам работы за 2015 г. ОАО «МАВ» получило выручку в размере 1 117,5 млн руб., что составило 103% к выручке за 2014 г. [1]

Сравним данные деятельности аэропорта г. Владивосток и аэропорта г. Хабаровск. Международный аэропорт Хабаровск (Новый) является крупнейшим авиаузлом в Дальневосточном Федеральном округе, а также важнейшим элементом транспортной инфраструктуры, соединяющим все удаленные регионы Дальнего Востока между собой, центральной частью России и странами АТР.

Ежегодно аэропорт обслуживает более 2 млн пассажиров и занимает 1 место по объему пассажирских перевозок на внутренних и международных авиалиниях среди аэропортов Дальнего Востока России.

Главным оператором по наземной деятельности в аэропорту Хабаровск (Новый) является ОАО «Хабаровский аэропорт».

Производственные показатели в динамике 2012–2015 гг. Международного аэропорта г. Хабаровск представлены в таблице 3.

Таблица 3. Производственные показатели в динамике 2012–2015 гг.

Показатели	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2013/2012 г.	2014/2013 г.	2015/2014 г.
Пассажиропоток, тыс. пасс.	2 603	2 854	2 911	2 990	110%	102%	103%
Самолетовылеты, ед.	8 540	8 760	9 834	9 930	103%	112%	101%
Суммарная взлетная масса, тыс. тонн	711,85	742,90	770,38	802,60	104%	104%	104%

По итогам работы за 2015 г. ОАО «Хабаровский аэропорт» получил выручку в размере 2580,6 млн руб., что составило 110% к выручке за 2014 г. [2]

Сравним производственные показатели аэропортов г. Владивосток и г. Хабаровск за 2015 г., представив данные на диаграмме (рисунок 1).

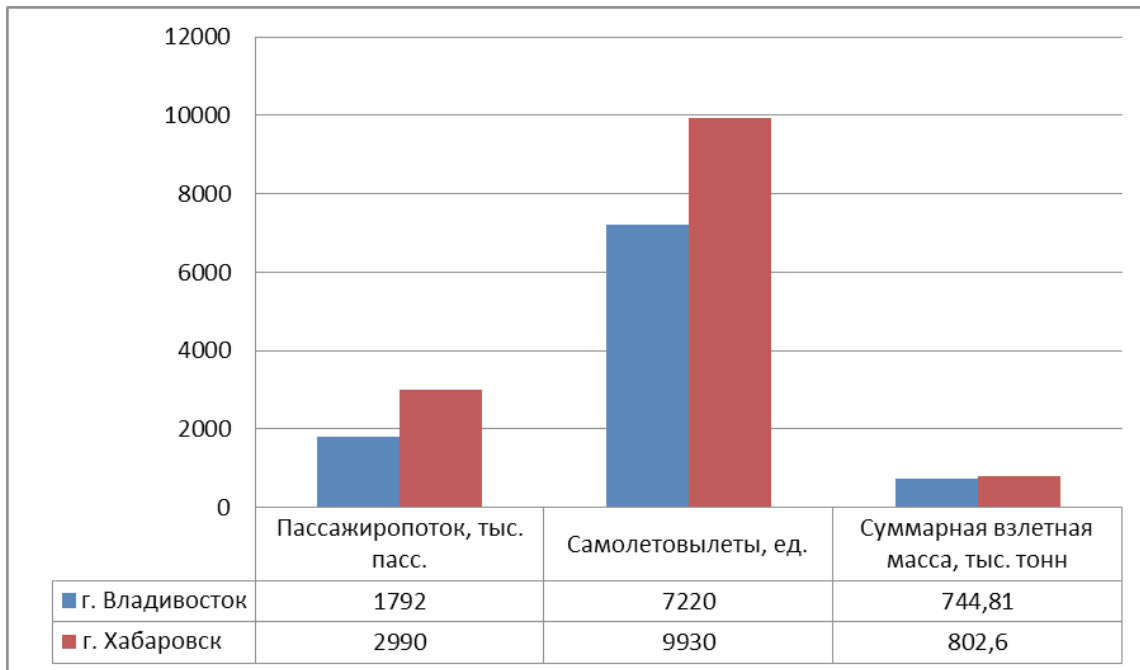


Рис. 1. Производственные показатели аэропортов г. Владивосток и г. Хабаровск за 2015 г.

По данным диаграммы видно, что показатели деятельности аэропорта г. Хабаровск превосходят показатели аэропорта г. Владивосток. Международный аэропорт г. Вла-

дивостока развивается быстрыми темпами, расширяя границы своей деятельности.

Литература:

1. Сайт ОАО «Владивостокский аэропорт» [Электронный ресурс] / Режим доступа <http://vvo.aero/>
2. Сайт ОАО «Хабаровский аэропорт» [Электронный ресурс] / Режим доступа [http://airkhv.ru/index.php?option=com\\_content&view=category&layout=blog&id=92&Itemid=169&lang=ru](http://airkhv.ru/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=92&Itemid=169&lang=ru)
3. Дубинин А. «Рассказы авиатора». Хабаровск: Хабаровский Аэропорт, 2014. — С.24.
4. Солодовник И. В. На работе гореть, а не сгорать // Газета международного аэропорта. — 2015. — июнь. — С.3.
5. Хамищевич Е. И. Кодекс корпоративной культуры ОАО «Международный Аэропорт Владивосток

## Азиатский вектор внешней политики Республики Казахстан (Япония, Индия, КНР)

Видрицкая Наталия Игоревна, кандидат экономических наук, доцент  
 Карагандинский экономический университет Казпотребсоюза (Казахстан)

Наличие значительных запасов природных ресурсов и большой территории позволяет Казахстану быть важным партнером в экономике и политике, и уже более двадцати лет республика занимает значимое место на международной арене. Отличительными особенностями казахстанской внешней политики стали твердость в отстаивании национально-государственных интересов в сочетании с гибкостью и маневренностью в достижении поставленной

цели, а также многовекторность и сбалансированность [7]. Многовекторность предполагает отсутствие жесткой зависимости внешнеполитического курса от поведения того или иного партнера, от непредсказуемости развития ситуации в том или ином регионе. В практическом плане многовекторность означает взаимовыгодное сотрудничество со странами-соседями, государствами СНГ, а также ведущими странами Запада, Азии, Ближнего Востока.

В соответствии с Концепцией внешней политики Республики Казахстан на 2014–2020 годы [2], к ведущим направлениям внешней политики РК относятся сотрудничество с США, со странами Европейского Союза и странами Азии (прежде всего, с ведущими странами региона — КНР, Индией, Японией). Сотрудничество со странами Запада (США, страны ЕС) способствует проведению успешных демократических преобразований. Изучение опыта и разностороннее сотрудничество со странами Азии позволяют Казахстану осуществлять взвешенную и эффективную экономическую политику. Важность многостороннего и двухстороннего сотрудничества возрастает также в контексте тесной взаимозависимости между субъектами международных отношений. В последнее время это наглядно проявляется в нестабильности валютно-финансовой системы отдельных стран. Кроме того, ни одно государство, независимо от экономического и военного потенциала, не может вне тесного международного сотрудничества противостоять глобальным проблемам современности — экологической, демографической (миграционной), проблеме международной преступности, терроризма и экстремизма. Глобальный кризис мирового порядка, санкционные, валютные и торговые войны, изменение климата, геополитическая нестабильность в Центральной Азии усиливают нарастание общей неопределенности. В этих условиях возрастает значимость изучения военно-политических (вопросы безопасности, в том числе экологической) и социально-экономических аспектов сотрудничества Республики Казахстан в трех указанных направлениях, которые прошли три последовательных этапа развития: 1991–1999 годы — от признания суверенитета Республики Казахстан до начала реализации первых соглашений; 2000–2008 годы — годы роста казахстанской экономики до начала первого мирового валютно-финансового кризиса в XXI веке; 2009 г. — настоящее время — сотрудничество в сложных условиях нестабильности мировой валютно-финансовой системы, резких колебаний цен на нефть.

Азиатский регион располагает мощным финансовым, технологическим и производственным потенциалом, необходимым опытом и навыками в области организации, маркетинга и сферы услуг, разветвленной сетью коммуникаций, а также значительными земельными, природными и трудовыми ресурсами. Сотрудничество с азиатскими государствами соответствует национальным интересам Казахстана, объективно усиливает его международные позиции, способствует успешному проведению экономических преобразований внутри страны. Согласно Концепции внешней политики Республики Казахстан «Республика Казахстан намерена укреплять азиатский вектор внешней политики. Усилия будут направлены на активизацию торгово-экономического и инвестиционно-технологического сотрудничества со странами Восточной, Южной, Юго-Восточной Азии, Азиатско-Тихоокеанского региона и их региональными объединениями» [2].

Дипломатические отношения с Японией были установлены 26 января 1992 года. В 1994 году было подписано

Совместное Заявление, в котором обе стороны подтвердили приверженность политике взаимовыгодного сотрудничества, безопасности и мира. В 1997 году во внешнеполитических концепциях «Евразийская дипломатия» и «Дипломатия Шелкового пути» политика по отношению к Центрально-Азиатскому региону была разделена на три направления: политический диалог для углубления доверия и взаимопонимания; экономическое сотрудничество и сотрудничество в области освоения природных ресурсов для обеспечения процветания в регионе; достижение мира в регионе посредством нераспространения ядерного оружия, демократизации и стабилизации [8]. В 2009 году для повышения эффективности торгово-экономического сотрудничества была создана Совместная комиссия правительственного и частного секторов Казахстана и Японии по экономическому сотрудничеству. В 2014 году подписано Соглашение о поощрении и защите инвестиций. Значительные успехи достигнуты в развитии культурно-гуманитарного сотрудничества: в Японии проводятся мероприятия, посвященные социально-экономическому развитию Казахстана, его природному богатству, вкладу республики в укрепление глобальной безопасности, межэтнического согласия. В рамках сотрудничества в сфере безопасности в июле 2014 года по вопросам борьбы с наркотиками и контролю границ участники диалога «Центральная Азия + Япония» пришли к соглашению о сотрудничестве в решении проблем, связанных с международным терроризмом. К приоритетным аспектам деятельности относятся: открытие совместных предприятий, производящих системы связи, оптико-электронные приборы, авиационную технику; развитие миротворческой составляющей и военного образования, организация военных учений; передача опыта и технологий охраны окружающей среды [5].

Существует ряд факторов, ограничивающих сотрудничество Японии и Казахстана: недостаточно емкий рынок сбыта в силу малочисленности населения Казахстана; невысокая эффективность транспортировки в силу географической удаленности, отсутствия прямого выхода к морю; зависимость от транзитных путей [3]. Тем не менее, отношения Японии и Казахстана можно охарактеризовать как позитивно развивающиеся. На современном этапе между Японией и странами Центральной Азии не существует каких-либо крупных противоречий или принципиальных проблем в политической сфере. Приоритетные интересы Японии в Центральной Азии в основном сводятся к укреплению дружественных связей с азиатскими странами, в том числе с Республикой Казахстан [10].

Дипломатические отношения с Индией были установлены 23 февраля 1992 года. В феврале 1992 года была также подписана Декларация о принципах взаимоотношений между Казахстаном и Индией, в которой выражено стремление строить двусторонние отношения на основе международного права, уважения суверенитета и независимости, территориальной целостности, невмешательства во внутренние дела друг друга. В 2009 году принята Со-

вместная декларация о стратегическом партнерстве между Казахстаном и Индией. В 2011 году подписаны Договор об оказании правовой помощи по гражданским делам, План действий по развитию стратегического партнерства («Дорожная карта»). В 2009 году подписан Меморандум о взаимопонимании и сотрудничестве между АО «НАК «Казатомпром» и индийской Национальной корпорацией атомной энергетики, Меморандум о взаимопонимании между Казахстанским информационным парком «Алатау» и Индийским инкубационным парком IT-технологий «Пахарпур», Договор о взаимном сотрудничестве между Агентством РК по информатизации и связи, Казахстанским национальным инфокоммуникационным холдингом «Зерде» и Национальной индийской ассоциацией IT-компаний (NASSCOM), Меморандум о сотрудничестве между Национальным космическим агентством РК и Индийской организацией космических исследований [4]. В сфере безопасности сотрудничество Индии и Казахстана осуществляется в рамках Шанхайской организации сотрудничества и Совещания по взаимодействию и мерам доверия в Азии. Ключевое внимание уделяется таким проблемам, как континентальная безопасность, международный терроризм, организованная преступность. Несмотря на взаимовыгодное сотрудничество, имеется ряд факторов, препятствующих дальнейшему развитию казахстанско-индийских отношений: географическая удаленность Индии; отсутствие эффективной и рентабельной транспортной связи; нестабильность в Афганистане; отсутствие информации о взаимных потребностях и возможностях, а также доверия между отдельными представителями казахстанского и индийского бизнеса. Тем не менее, к перспективным направлениям казахстанско-индийского сотрудничества можно отнести: фармацевтическую промышленность, нефтегазовую отрасль, атомную энергетику, информационные технологии, телекоммуникации, совместное изучение космоса и развитие космических технологий, финансовую и инвестиционную сферы, культурно-гуманитарное и технико-экономическое сотрудничество [9].

Дипломатические отношения между Республикой Казахстан и *Китайской Народной Республикой* были установлены 3 января 1992 года. В 2011 году подписаны Совместная декларация РК и КНР о развитии всестороннего стратегического партнерства, Соглашение о сотрудничестве в области охраны окружающей среды. Военное сотрудничество между Казахстаном и Китаем строится на принципе укрепления доверия и тесно взаимосвязано с вопросами обеспечения региональной безопасности в Центральной Азии и безопасности на общей казахстанско-китайской границе. Основными направлениями сотрудничества РК и КНР (в том числе в рамках ШОС) является совместная борьба с международным терроризмом, религиозным экстремизмом, национальным сепаратизмом, нелегальным оборотом наркотиков и оружия и нелегальной миграцией. Одним из инструментов реализации указанного сотрудничества является проведение совместных военных учений.

Несмотря на динамичное развитие сотрудничества между РК и КНР, существует ряд нерешенных проблем: усиление роли китайских компаний в нефтяном секторе республики; несоответствующие законодательству условия труда для казахстанских граждан в китайских и совместных ТНК; ценообразование, невыгодное для казахстанской стороны; наполняемость казахстанско-китайского нефтепровода; экологические проблемы [1]. К перспективным направлениям сотрудничества Республики Казахстан и КНР можно отнести: сотрудничество в сфере энергетики и сырьевых ресурсов; увеличение объемов и расширение номенклатуры товаров в сфере торговли; развитие инфраструктуры в сфере транспорта и торговых коммуникаций; инвестирование строительства и торговли в РК со стороны КНР; сотрудничество в химической промышленности; в области поиска и разведки месторождений твердых полезных ископаемых, в сфере нефтяной геологии, гидрогеологии, исследований технологий поисков и техники разведки подземных ресурсов, а также в области обмена геологической и технической информацией. В настоящее время, в условиях падения мировых цен на нефть и замедления темпов роста глобальной экономики сотрудничество с Китаем приобретает особое значение для Казахстана. В начале сентября 2015 года по итогам государственного визита Н. А. Назарбаева в Китай состоялись встречи с руководителями китайских корпораций «CNPC», «CITIC Group», «XIN hua», были подписаны двусторонние документы по сотрудничеству, соглашения о создании совместных индустриальных объектов.

Согласно данным Комитета по статистике Республики Казахстан удельный вес в товарообороте РК с 1995 по 2014 год Китая вырос с 3,7 % в 1995 году до 14,2 % в 2014 году. Доля Японии и Индии в товарообороте РК невысока и колеблется от 0,6 % в 1995 году до 1,4 % в 2014 году и от 0,5 % в 1998 году до 1,1 % в 2014 году, не имея четкой положительной динамики. При этом удельный вес экспорта в Китай снизился с 17,5 % в 2011 году до 11,3 % в начале 2015 года. Тогда как доля импорта из Китая выросла с 13,4 % в 2011 году до 17 % в начале 2015 года. Доля Японии и Индии в экспорте Казахстана колеблется от 0,5 до 1 %, в импорте составляет порядка 1,7–2,2 %, 0,6–0,8 %. Низкие показатели объясняются отсутствием рентабельных транспортных путей и, как следствием, другими источниками поставки энергоресурсов в указанные страны. За исключением кризисных 2009 и 2014 годов темпы прироста товарооборота между указанными странами положительные, кроме Индии, где четкая динамика отсутствует. При этом в 2015 году сокращение товарооборота Казахстана составило 37 %: импорт сократился на 17 %, экспорт — на 46 %. К причинам сокращения товарооборота РК относятся: замедление роста экономики во многих странах мира, спад потребления, сужение рынков сбыта, снижение цен на сырьевые товары, замедление китайской экономики, корректировка курса национальных валют стран торговых партнеров Казахстана, что в ко-

нечном итоге вызвало необходимость перехода к плавающему валютному курсу в РК.

Следует также отметить, что в 2014 году 84,4 % экспорта Казахстана вне стран СНГ приходилось на топливно-энергетические товары, 7 % — на металлы и изделия из них. 54,3 % импорта составляли машины, оборудование, транспортные средства, приборы и аппараты, 15,3 % — продукция химической и связанных с ней отраслей промышленности, 9 % — на металлы и изделия из них, 7,2 % — продукты животного и растительного происхождения, готовые продовольственные товары. Доля Китая и Японии в валовых прямых капиталовложениях в экономику РК

с 2006 года по 1 квартал 2015 года составляет 3 % и 1 % соответственно. Капиталовложения Индии от валового притока иностранных прямых инвестиций в Республику Казахстан за указанный срок невелики, составляют всего 0,05 %.

Таким образом, рассматривая двустороннее сотрудничество Республики Казахстан с Японией, Индией и Китаем, необходимо отметить, что отношения строятся на поиске общих устремлений и реализации конкретных интересов в области внешнеполитического взаимодействия. Это положительно сказывается на обеспечении стабильности и межрегиональной безопасности, а также развитии региональной торговли и увеличении масштабов инвестиций.

#### Литература:

1. Қалжеков Т. Казахстан и Китай: обзор состояния и перспектив экономического сотрудничества в нефтяном секторе. Казахстанский центр гуманитарно-политической конъюнктуры. 2013 г. URL: <http://www.sarap.kz/index.php/ru/rubikon/266-tattimbet-kalzhekov-kazakhstan-i-kitaj-obzor-sostoyaniya-i-perspektiv-ekonomicheskogo-sotrudnichestva-v-neftyanom-sektore.html> (дата обращения 17.05.2016).
2. Концепция внешней политики Республики Казахстан на 2014–2020 годы. URL: <http://www.mfa.gov.kz/index.php/ru/vneshnyaya-politika/kontsepsiya-vneshnoj-politiki-rk-na-2014-2020-gg> (дата обращения 17.05.2016).
3. Милеев Д. А. Взаимоотношения Японии и ШОС. Центр исследований общих проблем современного Востока ИВ РАН. URL: <http://www.vostokoved.ru/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D0%B8/japshos.html> (дата обращения 17.05.2016).
4. Нестеренко С. Казахстан — Индия: партнерства стратегический этап // Казахстанская правда — 26 января 2009 г. URL: <http://kazpravda.kz/archives/view/119314/> (дата обращения 17.05.2016).
5. Официальный сайт посольства Японии в Казахстане. URL: <http://www.mofa.go.jp> (дата обращения 17.05.2016).
6. Сотрудничество Республики Казахстан с Республикой Индия URL: <http://www.mfa.gov.kz/index.php/ru/vneshnyaya-politika/sotrudnichestvo-kazakhstan-sotrudnichestvo-so-stranami-azii-i-afriki/84-vneshnyaya-politika/sotrudnichestvo-kazakhstan-sotrudnichestvo-so-stranami-azii-i-afriki/359-sotrudnichestvo-respubliki-kazakhstan-s-respublikoj-indiya> (дата обращения 17.05.2016).
7. Токаев К. Дипломатия Республики Казахстан. — Астана: Елорда, 2001. — 552 с.
8. Уяма Томохико. Политика Японии в отношении Казахстана: есть ли «стратегия»? // Стратегические перспективы: ведущие державы, Казахстан и центральноазиатский узел / под редакцией Р. Легвольда. Американская академия гуманитарных и точных наук, 2003—297 с.
9. Shri Ashok Sajjanhar. India — Kazakhstan relations: Challenges and opportunities. November 20, 2013 URL: <http://indembastana.in/docs/Ashok%20Sajjanhar.pdf> (дата обращения 17.05.2016).
10. Watanabe Koji. Japan and the New Central Asia, in Sherman W. Garnett et al. The New Central Asia: In Search of Stability. New York, Paris and Tokyo: The Trilateral Commission, 2000, pp. 39, 4549

## Профессиональная деятельность внутреннего аудитора: цели и развитие

Власова Наталья Владимировна, кандидат экономических наук, доцент;

Попова Ирина Евгеньевна, магистрант

Владимирский филиал Финансового университета при Правительстве Российской Федерации

*Развитие в России корпоративного менеджмента во многом зависит от постановки внутреннего аудита в организации. Однако, эффективной система внутреннего аудита не будет, даже если она будет наполнена качественным методическим материалом. Важным условием в развитии системы внутреннего аудита является наличие в структуре опытных специалистов.*

*Минфин ежегодно публикует на своём официальном сайте данные по основным показателям развития рынка аудиторских услуг в Российской Федерации. Необходимо признать, что рынок аудиторских услуг в Российской Федерации находится в стадии развития, да и количество аудиторских фирм в России на порядок ниже, чем в США.*

*Тем не менее, профессиональные требования к внутренним аудиторам, которые чётко обозначены в международных стандартах, должны соблюдаться и на российском рынке. Цель статьи — изучить накопленный опыт становления и развития внутреннего аудитора и обобщить требования, предъявляемые к профессиональной деятельности аудиторов, в российских условиях развития экономики.*

*В статье изучены основные требования к квалификации внутреннего аудитора, в соответствии с российскими стандартами и Кодексом этики, разработанным Международным Институтом внутренних аудиторов (The IIA); выделены особенности профессиональной деятельности и принципы поведения аудитора; представлены этапы его карьерного роста.*

**Ключевые слова:** *внутренний аудитор, квалификационные требования, стандарты, уровень квалификации, Кодекс этики аудиторов*

## Professional activities of the internal audit: goals and development

Natalia Vlasova, Ph.D. in Economics, Associate Professor Chair of Economy and Finance;

Irina Popova, Undergraduate,

Financial University under the auspices of the Government of Russian Federation. Vladimir Branch

*Development of corporate management in Russia depends on the setting of internal audit in the organization. However, an effective system of internal audit will not, even if it is filled with high-quality teaching materials. An important condition for the development of the internal audit system is the presence in the structure of experienced professionals.*

*The Ministry of Finance publishes annually on its official website data on key indicators of the market of audit services in the Russian Federation. It must be recognized that the market for audit services in the Russian Federation is in a developing stage, and the number of audit firms in Russia is lower than in the US.*

*However, professional requirements for internal auditors, which clearly indicated in the international standards to be observed on the Russian market. The purpose of the article — to study the experience of formation and development of the internal auditor and summarize the requirements for professional activities of auditors in the Russian context of economic development.*

*The paper studied the basic requirements for the qualification of the internal auditor, in accordance with Russian standards and the Code of Ethics developed by the International Institute of Internal Auditors (The IIA); highlighted in particular the professional activities and principles of conduct of the auditor; The stages of his career.*

**Keywords:** *Internal Auditor, qualifications, standards, skill level, the Code of ethics of auditors*

Сегодня организации работают в глобальных рыночных условиях, характеризующихся динамичностью и нестабильностью внешней среды, высоким уровнем конкуренции, использованием информационных технологий, оптимизацией расходов. В своем стремлении к качественному управлению, организации не могут обойтись без независимой и квалифицированной функции контроля и надзора, которую может предоставить внутренний аудит.

В России исторически был сильно развит институт контрольно-ревизионных органов, а внутреннего аудита как понятия не было. Сейчас все постепенно меняется, внутренний аудит находит свое признание и в законодательстве, и в практике деятельности организаций всех форм собственности.

Внутренний аудит в организации — это комплексная система, призванная снизить основные финансовые риски, возникающие при совершении хозяйственных операций. Задача внутреннего аудита обнаружить недостатки и ошибки и вовремя их устранить ещё на стадии осуществления операционной деятельности и документального оформления. От внутреннего аудита зависит эффективная деятельность организации, поскольку аудит позволяет оце-

нивать существующую систему управления имеющимися ресурсами, рисками, состояние и организацию внутреннего контроля и финансового учёта.

Поскольку внутренний аудит затрагивает различные области деятельности организации: продажи, производство, закупки, маркетинг, финансы, учёт к сотрудникам службы внутреннего аудита предъявляются высокие требования к их профессиональной пригодности. К великому сожалению, в России институт аудиторов находится в стадии развития, поэтому возникает необходимость изучения опыта других стран, более продвинутых в этой сфере.

Лидерами в области подготовки высококвалифицированных специалистов по внутреннему аудиту выступают Великобритания и США. Примечательно, что в США с 1887 года функционирует Американский Институт дипломированных присяжных бухгалтеров, который является общенациональной аудиторской организацией по формированию аудиторских кадров. Кроме общенационального института существуют в США и другие профессиональные аудиторские организации на уровне отдельных штатов, которые называются обществами дипломированных общественных бухгалтеров. Бухгалтеры-аудиторы имеют право

работать в аудиторской фирме или заниматься частной практикой.

В настоящее время в США более 45000 аудиторских фирм. Число занятых колеблется от 1 до нескольких тысяч человек. Для сравнения в России количество аудиторских фирм составляет приблизительно 4700 единиц. Индивидуальных аудиторов в России 22200 человек (данные на 01.01.2015 г.); из них, сдавшие квалификационный экзамен на получение единого аттестата — 3400 человек.

Наибольшая доля в российских аудиторских организациях принадлежит малым аудиторским компаниям, доля которых в общей сумме всех компаний составляет 89,4%, доля средних предприятий составляет 9,4%, остальная доля — 1,2% принадлежит крупным аудиторским компаниям, на долю которых приходится 64,1% всех предоставляемых услуг.

Количество аудиторских фирм в ЦФО и в некоторых городах Российской Федерации распределяется достаточно очевидно. Аудит сосредоточен в основном в Москве (1571 фирма) и Московской области (154), Санкт — Петербурге (402), Свердловской области (147), Краснодарском крае (117). Это связано исключительно с количеством населения городов, развитостью финансово-экономического, промышленного, политического и др. секторов. Также перестраивается система аудит в Крыму (9 фирм).

Современный внутренний аудитор — это уже не просто внутренний ревизор, он — неотъемлемая часть структуры организации с широчайшим набором функций. От него (или нее) ожидают ощутимой помощи в управлении компаний, поэтому эти люди должны иметь очень высокий уровень компетенции, обладать навыками финансового анализа и при этом осуществлять эффективный обмен информацией с прочими подразделениями, потому что в сплоченной совместной работе кроется ключ к успеху.

В системе менеджмента качества внутренний аудитор играет одну из ключевых ролей. Он выполняет периодическую проверку работоспособности системы управления и даёт оценку ее соответствия требованиям стандарта ГОСТ ISO 9001—2011 [1], а также внутренним процедурам организации.

Стандарт ГОСТ ISO 9001:2011 требует, чтобы внутренний аудит проводился компетентным персоналом, а подготовка внутренних аудиторов включала в себя необходимое образование, навыки и опыт. Эти требования следуют из разделов 6.2.1 и 8.2.2 стандарта. Для выполнения вышеуказанных требований организация может выбрать два пути. Первый путь — это привлечение внешних специалистов, которые периодически будут проводить внутренний аудит организации. Второй путь — подготовить своих собственных сотрудников на роль внутренних аудиторов [6].

Оба варианта являются приемлемыми, но у каждого из них есть свои недостатки. Внешние специалисты могут быть хорошо подготовлены по вопросам проведения аудита и требованиям стандарта ГОСТ ISO 9001:2011, однако

плохо разбираться в специфике работы конкретной организации. Свои собственные специалисты, наоборот, могут хорошо знать работу организации, но при этом недостаточно глубоко понимать требования стандарта ГОСТ ISO 9001:2011 или методы проведения аудиторской проверки.

В российской практике, к сожалению, присутствует смешение в понимании трех профессий: ревизор (член ревизионной комиссии), внутренний аудитор и внутренний контролер. Большинство считает, что это либо одно и то же, либо одна профессия, однако это не так. Разница заключается в задачах, которые решают специалисты каждой из профессий. Ревизор проверяет финансово-хозяйственную деятельность организации по итогам деятельности организации за год. Внутренний контролер — «помощник» руководителей организации в построении и последующем поддержании эффективной системы внутреннего контроля. Внутренний аудитор проводит оценку эффективности системы внутреннего контроля, управления рисками и корпоративного управления организации и консультирует руководство организации по этим вопросам.

Приказом от 24.06.2015 N 398н Министерство труда и социальной защиты Российской Федерации утвердило профессиональный стандарт «Внутренний аудитор» [4], который вступил в силу с 14 августа 2015 года. Также, согласно Федеральному закону N 122-ФЗ от 02.05.2015 «О внесении изменений в Трудовой кодекс Российской Федерации и статьи 11 и 73 Федерального закона «Об образовании в Российской Федерации» [2] с 1 июля 2016 года работодатели обязаны учитывать утвержденные профстандарты при формировании кадровой политики, организации обучения и аттестации работников, найме на работу, разработке должностных инструкций. В Профессиональном стандарте «Внутренний аудитор» описаны цели внутреннего аудита, трудовые функции, входящих в профессиональный стандарт (функциональная карта вида профессиональной деятельности), уровни квалификации внутренних аудиторов, а также требования к образованию и опыту работы.

Основная цель вида профессиональной деятельности внутреннего аудитора: проведение независимых внутренних аудиторских проверок и консультаций по вопросам надежности и эффективности функционирования систем управления рисками, внутреннего контроля, корпоративного управления, операционной деятельности и информационных систем организации с целью достижения стратегических целей организации; обеспечение достоверности информации о финансово-хозяйственной деятельности организации; эффективности и результативности деятельности организации; сохранности активов организации; соответствия требованиям законодательства и внутренних нормативных актов организации [5].

Профессиональный стандарт для внутренних аудиторов также предусматривает требования к образованию и обучению. В частности все внутренние аудиторы должны быть только с высшим образованием, а также стремиться получать дополнительное профессиональное образование

(программы переподготовки, программы повышения квалификации, программы профессиональной сертификации) в функциональных областях деятельности организации и (или) в области внутреннего аудита.

Выбирая профессию внутреннего аудитора, нужно понимать, что профессиональная деятельность будет затрагивать все сферы деятельности организации: продажи, производство, закупки, маркетинг, финансы, учёт. При этом не ставится задача стать экспертом в каждом направлении деятельности организации, но необходимо быть готовым в любой момент учиться и повышать свою квалификацию.

Процесс совершенствования должен продолжаться на протяжении всей карьеры аудитора, требуя больших временных и финансовых затрат. Однако все это окупается повышенным спросом, который всегда наблюдается на квалифицированных работников.

Кроме профессиональных навыков, кандидат на должность внутреннего аудитора должен обладать коммуникабельностью, умением связно выражать свои мысли как в устной, так и в письменной форме, отстаивать свою точку зрения, целеустремленностью, умением работать и в команде, и в одиночку, настойчивостью, способностью к анализу и систематизации информации, высокой степенью самоорганизации, планированием своей деятельности, логическим складом ума.

Следует отметить, что многие компании при выборе кандидатов в отдел внутреннего аудита отдают предпочтение тем, у кого есть опыт работы в Big 4 — компании так называемой «Большой четверки» (PricewaterhouseCoopers, Deloitte&Touche, KPMG, Ernst&Young) и обладают профессиональными сертификатами (CIA и пр.).

В качестве главных преимуществ профессии «внутреннего аудитора» можно выделить: востребованность и высокий уровень заработной платы. Средняя заработная плата для вакансии «внутренний аудитор» по России составляет 85000 рублей, по Москве — 95000 рублей [9]. Если специалист владеет английским языком и МСФО, эта цифра будет существенно выше.

Работа внутреннего аудитора по большей части представляет собой рутинный и кропотливый труд, который может выдержать далеко не каждый. Недостатками этой профессии также являются частые командировки и ненормированный рабочий день. Возрастной диапазон наиболее востребованных рынком труда аудиторов от 25 до 45 лет; пол значения не имеет.

В карьерном плане внутренний аудитор обычно растёт в таком порядке: начав с должности ассистента, он переходит в дальнейшем на позицию специалиста, руководителя отдела, а затем при благополучном раскладе может стать и директором компании.

И, конечно, аудитор, который ставит свои подписи на очень важных документах, должен уметь нести ответственность. Тому, кто планирует начать карьеру и достичь успеха в этой профессии, необходимо серьёзно относиться к работе, не бояться принимать самостоятельные решения,

уметь анализировать свои действия и быть честным по отношению к клиентам и коллегам.

Требования к опыту работы установлены в зависимости от выполняемых трудовых функций. Самые минимальные требования установлены для специалистов, участвующих в проведении проверок в составе группы — это не менее двух лет в одной из функциональных областей деятельности организации. Самые высокие требования к опыту работы предъявляются к руководителю службы внутреннего аудита: не менее шести лет и не ниже 7-го квалификационного уровня в области внутреннего аудита или в функциональной области деятельности организации.

Выделение уровней квалификации было неслучайным. Для их определения разработчики профессиональных стандартов руководствовались Приказом Минтруда России от 12.04.2013 N 148н «Об утверждении уровней квалификации в целях разработки проектов профессиональных стандартов» [3]. Для внутренних аудиторов были определены шестой и седьмой квалификационные уровни. К шестому квалификационному уровню Минтруда рекомендует относить всех специалистов с высшим образованием уровня бакалавр и опытом работы не менее двух лет в одной из функциональных областей деятельности организации. Такой специалист может быть приглашен в отдел внутреннего аудита для проведения внутренних аудиторских проверок в составе аудиторской группы под руководством специалиста седьмого квалификационного уровня. Руководить внутренней аудиторской проверкой специалист шестого квалификационного уровня не может. Согласно требованиям профессионального стандарта «внутреннего аудитора», руководитель (начальник) отдела должен соответствовать седьмому квалификационному уровню, иметь высшее образование (специалитет, магистратура) и опыт работы не менее трех лет в области внутреннего аудита или в функциональной области деятельности организации [5].

Что касается отличий руководителя внутреннего аудита от рядового сотрудника, то это нацеленность на полезность работы внутреннего аудита для компании. Для руководителя внутреннего аудита повышается значимость стратегического мышления и понимания бизнеса компании, а также навыки в таких областях как коммуникации, разрешение конфликтов, переговоры. Просто профессиональным аудитором быть уже недостаточно.

Отличие работы в публичной компании от непубличной выражается в повышении значимости ответственности не только перед собственниками и руководством компании, но также и перед обществом в целом. На каждый свой шаг необходимо смотреть со стороны и оценивать его влияние на репутацию компании.

Профессиональный стандарт — это в первую очередь универсальный инструмент, который должен быть практически применимым для различных целей и в различных организациях.

Утверждение стандарта — это очередной этап в признании профессии, но не будем забывать, что впереди



еще вопросы применения стандарта, оценки профессиональных квалификаций, разработки образовательных стандартов.

Практикующие специалисты руководствуются не только правовыми актами государства, но и корпоративными стандартами организации, профессиональными нормами этики. Так, согласно Кодексу этики аудиторов, представитель этой профессии обязан соблюдать следующие основные принципы поведения: честность, объективность, конфиденциальность, профессиональная компетентность.

Кодекс этики является одним из семи компонентов Международных основ профессиональной практики внутреннего аудита (МОПП, (IPPF), разработанных Международным Институтом внутренних аудиторов (The IIA), которыми внутренние аудиторы всего мира пользуются в своей ежедневной работе, начиная с 1947 года [8].

МОПП является основной межгосударственных и национальных законодательных и нормативных актов в области внутреннего аудита, на основе МОПП формируются соответствующие рекомендации отраслевых регуляторов во многих странах мира. В настоящее время МОПП включают в себя 7 компонентов профессиональной практики внутреннего аудита:

Компоненты, обязательные для применения на российском рынке аудиторских услуг: определение внутреннего аудита, миссия организации, кодекс этики, профессиональные стандарты, принципы.

В аудиторской деятельности также настоятельно рекомендуется использовать следующие руководства:

- Руководства по применению («Практические указания»);
- Дополнительные руководства («Практические руководства»).

Отметим, что тексты основных компонент (определение, миссия, кодекс, стандарты), а также основные принципы профессиональной практики внутреннего аудита переведены на русский язык НП «ИВА» и размещены на сайте Международного института внутренних аудиторов. [7]

Профессиональной российской ассоциацией, объединяющей внутренних аудиторов, внутренних контролеров и ревизоров российских компаний и организаций выступает Некоммерческое партнерство «Институт внутренних аудиторов» (НП «ИВА»), которое было образовано в 2000 году. Миссия российского Института внутренних аудиторов — быть ведущей ассоциацией, призванной развивать профессию внутреннего аудитора и поддерживать внутренних аудиторов в России. [8] Российский Институт внутренних аудиторов (НП «ИВА») реализует Программу сертификации внутренних аудиторов в соответствии с Соглашениями, заключенными в 2007 г. и в марте 2011 г. между российским Институтом внутренних аудиторов и международным Институтом внутренних аудиторов (Institute of Internal Auditors, IIA).

Член НП «ИВА» автоматически становится членом Международного института внутренних аудиторов (The

Institute of Internal Auditors (IIA). Процесс сертификации IIA стал максимально удобным для кандидатов, поскольку экзамены принимаются в формате компьютерного тестирования (Computer-based testing, CBT). Это означает, что сдать экзамен можно в любом из более 500 экзаменационных центров, расположенных во всех регионах мира, на языке, который вы выберете, и в удобное для вас время.

Существует целый ряд причин для получения квалификаций, присваиваемых IIA. Будь то классическая и широко признанная квалификация Дипломированного внутреннего аудитора (CIA®) или одна из четырех специализированных квалификаций, предлагаемых IIA, сертификат Международного института внутренних аудиторов — бесспорное свидетельство профессионализма его обладателя.

Получение международного сертификата повышает статус и подтверждает профессиональную квалификацию его обладателя, являясь свидетельством специалиста высокого класса и открывая путь к успешному развитию карьеры.

Внутренние аудиторы могут получить следующие квалификации:

- Дипломированный внутренний аудитор (The Certified Internal Auditor® (CIA®));
- Дипломированный специалист по самооценке контроля, CCSA® (The Certification in Control Self-Assessment® (CCSA®));
- Дипломированный аудитор финансовых организаций, CFSA® (The Certified Financial Services Auditor® (CFSA®));
- Дипломированный аудитор правительственных организаций, CGAP® (The Certified Government Auditing Professional® (CGAP®));
- Дипломированный специалист по оценке риск-менеджмента (The Certification in Risk Management Assurance™ (CRMA™)).

Подробная характеристика и специфика квалификации внутренних аудиторов дана в таблице 1.

Работа во внутреннем аудите — в высшей степени интересная, во многом даже творческая работа. Это далеко не только и не столько работа с сухими цифрами. Она дает прекрасную возможность изучить все аспекты бизнеса компании, что является неоценимым преимуществом для профессионального и карьерного роста, а также способствует приобретению навыков и качеств, необходимых для успешного менеджера.

Во многих организациях работа во внутреннем аудите рассматривается как наилучшая подготовка для кандидатов занять в будущем руководящие должности в компании. Внутренние аудиторы, участвуя в выполнении разноплановых аудиторских заданий, получают глубокие знания о деятельности всех подразделений и способность увидеть работу компании в целом. В результате, они становятся генераторами свежих идей и конструктивных предложений и вырабатывают представление о том, как и в каком направлении должна развиваться компания. Разве это не та профессия, которой стоит посвятить часть жизни?

Таблица 1. Квалификации внутренних аудиторов

Название квалификации	Характеристика квалификации	Специфика квалификации
<b>The Certified Internal Auditor® (CIA®)</b> (Дипломированный внутренний аудитор)	единственная квалификация внутренних аудиторов, признаваемая во всем мире. Это стандарт профессионализма в области внутреннего аудита	наличие этой квалификации означает, что специалисты получили необходимые знания, информацию и инструменты, которые они могут применить в любой организации
<b>The Certification in Control Self-Assessment® (CCSA®)</b> (Дипломированный специалист по самооценке контроля, CCSA®)	одна из наиболее признанных квалификаций специалистов-практиков по самооценке контроля. Присвоение данной квалификации основывается на оценке знаний кандидата в области базовых принципов и процессов самооценки контроля, а также его знаний в смежных областях, таких как риск, средства контроля и цели деятельности компаний	квалификация представляет собой стандарт профессионализма в области самооценки контроля
<b>The Certified Financial Services Auditor® (CFSA®)</b> (Дипломированный аудитор финансовых организаций, CFSA®)	является широко признанной профессиональной квалификацией для специалистов-практиков по аудиту в области финансовых услуг	программа по оценке знаний в области принципов внутреннего аудита и их практического применения в банковском деле, страховании и в сфере финансовых услуг. Для сдачи экзамена кандидаты могут выбрать одно из этих направлений, независимо от того, в какой сфере они работают в настоящее время.
<b>The Certified Government Auditing Professional® (CGAP®)</b> (Дипломированный аудитор правительственных организаций, CGAP®)	программа профессиональной квалификации высокого уровня, которая обеспечивает подготовку кандидатов для решения множества сложных задач	программа разработана специально для аудиторов, работающих на всех уровнях государственного (публичного) сектора: в организациях, относящихся к федеральному/ национальному правительству, правительствам штатов и провинций, органам местного самоуправления, в полугосударственных или контролируемых государством организациях, а также в органах Короны
<b>The Certification in Risk Management Assurance™ (CRMA™)</b> (Дипломированный специалист по оценке риск-менеджмента)	квалификация в области оценки риск-менеджмента (управления рисками)	программа, разработана для предоставления консультаций и оценки наличия и эффективности процессов управления рисками и корпоративного управления в организациях

## Литература:

- ГОСТ ISO 9001–2011. Межгосударственный стандарт. Системы менеджмента качества. Требования. // СПС Консультант плюс.
- Федеральный закон от 02.05.2015 N 122-ФЗ «О внесении изменений в Трудовой кодекс Российской Федерации и статьи 11 и 73 Федерального закона «Об образовании в Российской Федерации» // СПС Консультант Плюс.
- Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 12.04.2013 N 148н «Об утверждении уровней квалификации в целях разработки проектов профессиональных стандартов» // СПС Консультант Плюс.
- Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 24.06.2015 N 398н «Об утверждении профессионального стандарта «Внутренний аудитор» // СПС Консультант Плюс.
- Профессиональный стандарт «Внутренний аудитор» (Утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 24 июня 2015 г. N 398н) // СПС Консультант Плюс.
- Буянкина Р.Г., Соколовская М.В., Попова О.М., Таптыгина Е.В., Багинский А.Л. Опыт внедрения интернет технологии дистанционного обучения в подготовке внутренних аудиторов // Успехи современного естествознания. — № 1–4, 2015. — С. 641–643.
- Официальный сайт Международного института внутренних аудиторов (<https://global.theiia.org>).

8. Официальный сайт Института внутренних аудиторов России (<http://www.iaa-gu.ru>).
9. Статистика зарплатных предложений по России в приложении Яндекс.Работа. <https://rabota.yandex.ru/salary> (дата обращения 10.04.2016).

## Совершенствование кадровой политики коммерческого предприятия

Волгина Оксана Сергеевна, инспектор отдела кадров  
ООО «Хёндэ Михайловка Агро», г. Уссурийск

*В статье рассмотрены понятия, цели, задачи, условия и механизм реализации и оценки кадровой политики, состояние кадровой политики на примере коммерческой организации. Разработаны предложения по совершенствованию кадровой политики на коммерческом предприятии.*

**Ключевые слова:** *кадровая политика, менеджмент, принципы построения кадровой стратегии, система управления персоналом, оптимизация процесса мотивации персонала*

Основное условие, способствующие поступательному развитию предприятия, — это оптимизация использования человеческих ресурсов, раскрытие творческой энергии сотрудников компании. Но в условиях реальной российской действительности все ещё существует значительная разница между потенциалом сотрудников и уровнем его использования предприятием.

Для эффективизации использования потенциала работников организации управление человеческими ресурсами должно стать элементом организационной стратегии каждой компании и быть при этом базовой ее частью. Кадровая политика должна акцентировать свое внимание на достижении предприятием потенциальных целей развития и сгенерировать систему оценки уровня реализации этих целей. Резюмируя, следует отметить, насколько актуальна задача совершенствования кадровой политики организации.

Обзор эмпирических и теоретических исследований говорит о неполной разработанности вопросов создания

системы управления человеческими ресурсами на основе комплексного прогнозирования и оценки его эффективности на разных фазах. По нашему мнению, одним из основных барьеров на пути создания проектов кадровой политики выступает частичное использование системного подхода к построению системы управления человеческими ресурсами предприятия вообще и процессу ее прогнозирования в частности. Российские ученые исследуют в основном организационные и управленческие вопросы создания кадровой политики, в то время как ее психологическая, организационная и административно-правовая основы остаются без надлежащего внимания.

Несмотря на всю важность данного явления, до сих пор не существует единого подхода к определению понятия «кадровая политика» и единой теории мотивации. В таблице 1 приведен краткий обзор понятийного аппарата феномена кадровая политика.

**Таблица 1. Определения понятия кадровая политика, данные различными авторами**

Автор	Понятие кадровой политики
Черепанов В. В.	Система теоретических знаний, идей, взглядов, принципов, отношений и организационно-практических мероприятий государственных органов и негосударственных организаций, направленных на установление целей, задач, характера этой политики, определение форм и методов кадровой работы [2. с. 51]
Веснин В. Р.	Система взглядов, требований, норм, принципов, ограничений, определяющих основные направления, формы и методы работы с персоналом. Её целями являются сохранение, укрепление и развитие кадрового потенциала, создание высокопроизводительного коллектива, обеспечение благоприятных экономических, социальных и психологических условий его деятельности [3, с. 157]
Кибанов А. Я.	Генеральное направление кадровой работы, совокупность принципов, методов, форм, организационного механизма по выработке целей и задач, направленных на сохранение, укрепление и развитие кадрового потенциала, на создание квалифицированного и высокопроизводительного сплоченного коллектива, способного своевременно реагировать на постоянно меняющиеся требования рынка с учетом стратегии развития организации [4, с. 42]
Маслова В. Н.	Система теоретических взглядов, требований, принципов, определяющих основные направления работы с персоналом, а также методы этой работы, позволяющие создать высокопроизводительный сплоченный коллектив [5. с. 108]

На кадровую политику в целом, содержание и специфику конкретных программ и кадровых мероприятий влияет ряд факторов, которые по отношению к организации принято разделять на два типа: внешние и внутренние, представленные на рисунке 1.

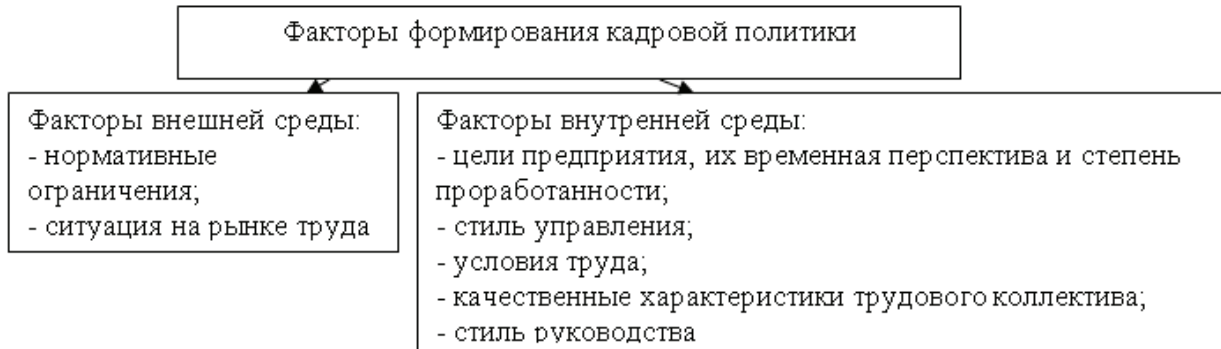


Рис. 1. Факторы формирования кадровой политики

В специализированной литературе встречаются принципы кадровой политики, представленные в таблице 2.

Таблица 2. Принципы кадровой политики

Принцип	Содержание
Научность	Использование всех современных научных разработок в данной области, которые могли бы обеспечить максимальный экономический и социальный эффект
Комплексность	Охват всех сфер кадровой деятельности и всех категорий работников
Системность	Учёт взаимозависимости и взаимосвязи отдельных составляющих этой работы; необходимость учета экономического и социального эффекта (как положительного, так и отрицательного), влияния того или иного мероприятия на конечный результат
Эффективность	Любые затраты на мероприятия в этой области должны окупаться через результаты хозяйственной деятельности
Методичность	Качественный анализ выбранных вариантов решения, особенно в тех случаях, когда имеется ряд взаимоисключающих методик

Формирование кадровой политики организации должно происходить в последовательности, представленной на рисунке 2.



Рис. 2. Этапы формирования кадровой политики

Анализируемое предприятие, ООО «Хёндэ Михайловка Агро», специализируется на производстве и реализации сельскохозяйственной продукции.

В ходе устного опроса персонала ООО «Хёндэ Михайловка Агро» была выявлена неудовлетворенность оплатой

труда, неуверенность в сохранении за собой рабочего места, что не способствует формированию нормального психологического климата и психологическому состоянию каждого работника в отдельности. Основные черты кадровой политики ООО «Хёндэ Михайловка Агро» обобщены в таблице 3.

Таблица 3. Характеристика кадровой политики ООО «Хёндэ Михайловка Агро»

Кадровый процесс	Характеристика
Набор персонала	Ситуация высокой конкуренции на рынке труда. Используются не все методы отбора персонала, процесс анкетирования соискателей не организован на должном уровне
Адаптация персонала	Эффективной системы адаптации не разработано, в результате чего в организации наблюдается большая текучесть кадров
Обучение и развитие персонала	Проводится на рабочем месте. Традиционным методом обучения является наставничество
Продвижение персонала	Предпочтение при назначении на вышестоящие должности всегда отдается сотрудникам компании
Мотивация и стимулирование	Используют прямое материальное стимулирование и косвенное материальное стимулирование. Нематериальное стимулирование не практикуется.

На предприятии фактически не работает система профессиональной адаптации принятых работников, а система психологической адаптации отсутствует вообще, что также является причиной уменьшения числа молодых работников на предприятии.

Сильные и слабые стороны кадровой политики ООО «Хёндэ Михайловка Агро» отражены в таблице 4.

Таблица 4. Сильные и слабые стороны кадровой политики ООО «Хёндэ Михайловка Агро»

Основные положения кадровой политики	Сильные стороны	Слабые стороны
Политика занятости	Проводится политика замещения персонала пенсионного возраста на молодых сотрудников	Не продуманная системы адаптации персонала
Политика оплаты труда	Дополнительно введена система премирования.	Не эффективная система мотивации сотрудников
Политика обучения	Создаются условия для обучения и повышения уровня образования и квалификации персонала	Отсутствие проработанной системы обучения
Политика производственных отношений	-	Отсутствие взаимопонимания между некоторыми сотрудниками
Политика благосостояния	Обеспечение сотрудников пенсиями, пособием по болезни и нетрудоспособности	Отсутствие обеспечения персонала дополнительными услугами и льготами

Кадровая политика ООО «Хёндэ Михайловка Агро» представляет собой совокупность определенных правил и норм, которые позволяют скоординировать трудовые ресурсы в соответствии с общей стратегией развития предприятия. В рамках реализации кадровой политики кадровые мероприятия ООО «Хёндэ Михайловка Агро» включают в себя отбор, составление штатного расписания, аттестацию, обучение, продвижение персонала.

ООО «Хёндэ Михайловка Агро» предлагается ряд рекомендаций по материальному стимулированию персонала:

- разработать надбавку за выслугу лет;
- денежные премии ко дню рождения сотрудников;
- внедрить бесплатные обеды;
- предложить оплачиваемую мобильную связь для менеджеров;

- разработать ежемесячную систему оплаты городского транспорта для всех сотрудников.

Опираясь на анализ мотивационной системы в ООО «Хёндэ Михайловка Агро» можно сформулировать ряд рекомендаций по нематериальному мотивированию персонала:

- внедрить практику съемки корпоративного фильма;
- разработать рекомендации по проведению конкурса профессионального мастерства;
- разработать ежемесячный конкурс: «Лучший сотрудник месяца»;
- усовершенствовать корпоративную культуру предприятия, а именно внедрить практику корпоративных выездов на природу, пикников, совместных мероприятий.

Литература:

1. Михайлова Е. В. Оценка эффективности системы мотивации в компании / Е. В. Михайлова, Е. А. Могилевкин, Ю. Б. Иванова, Е. Юртайкин // Управление человеческим потенциалом. — 2006. — № 2. — 156–161.
2. Черепанов В. В. Основы государственной службы и кадровой политики: учебник / В. В. Черепанов. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. — 680 с.
3. Веснин В. Р. Управление человеческими ресурсами. Теория и практика: учебное пособие / В. Р. Веснин. — М.: Проспект, 2015. — 688 с.
4. Кибанов А. В. Разработка кадровой политики организации / А. В. Кибанов // Кадровик. Кадровое делопроизводство. — 2013. — № 1. — С. 23–25.
5. Маслова В. М. Управление персоналом: учебное пособие / В. М. Маслова. — М.: Дашков и К, 2013. — 120 с.

## Особенности функционирования муниципальных образований в современных социально-экономических условиях: исторические и правовые характеристики

Воронин Николай Михайлович, магистрант

Волгоградский филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации

Правовой статус муниципального образования законодательно определен и представлен в весьма емкую правовую категорию, элементы которой относительно самостоятельны и характеризуют территориальную соци-

ально — экономическую целостность. Муниципальные образования можно классифицировать по различным признакам: численности населения, нормативно-правовому статусу, отраслевому признаку и т. д.

### Классификация муниципальных образований

Классификационный признак	По видам муниципальных образований
Нормативно-правовой статус (в соответствии с ФЗ № 131 «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации»)	Муниципальный район, городской округ
Численность населения	Крупные (от 500000), малые (до 100000), средние (100000–500000)
(функциональный критерий) отрасли производства	Аграрные, промышленные, курортные
Тип поселений (в соответствии с ФЗ № 131 «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации»)	Городские, сельские
Бюджетообразующий потенциал	Реципиенты, доноры

По нормативно-правовому статусу муниципальные образования подразделяют на муниципальные районы и городские округа.

Муниципальный район — несколько поселений или поселений и межселенных территорий, объединенных общей территорией, в границах которой местное самоуправление осуществляется в целях решения вопросов местного значения.

Городской округ — городское поселение, которое не входит в состав муниципального района и органы местного самоуправления которого осуществляют полномочия по решению установленных настоящим Федеральным законом вопросов местного значения поселения и вопросов местного значения муниципального района, а также могут осуществлять отдельные государственные полномочия, передаваемые органам местного самоуправления феде-

ральными законами и законами субъектов Российской Федерации

По типу поселения разделяются муниципальные образования разделяются на городские и сельские.

Городское поселение — город или поселок, в котором местное самоуправление осуществляется населением непосредственно и (или) через выборные и иные органы местного самоуправления.

Сельское поселение — один или несколько объединенных общей территорией сельских населенных пунктов (поселков, сел, станиц, деревень, хуторов, кишлаков, аулов и других сельских населенных пунктов), в которых местное самоуправление осуществляется населением непосредственно или через выборные и иные органы местного самоуправления. Численность населения не менее 1000 человек.

Функциональный критерий важен для оценки экономического потенциала развития муниципального образования. Многофункциональные муниципальные образования характеризуются концентрацией различных видов производств, размещением важнейших коммуникационных узлов (железнодорожных, автомобильных и др.), отличаются развитой банковской и финансовой структуры. Как правило, такие муниципалитеты являются столицами и центрами субъектов Федерации.

**Нормативно-правовое регулирование местного самоуправления в Российской Федерации.**

В соответствии со ст. 12 Конституции Российской Федерации органы местного самоуправления не входят в систему органов государственной власти. Эта норма говорит о том, что любое вмешательство государства в дела муниципалитета недопустимо.

Деятельность органов местного самоуправления в Российской Федерации регулируется федеральным законом от 06.10.2003 г. № 131-ФЗ вступил в силу с 01.01.2009 г. «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации».

Ранее действующий Федеральный закон от 28 августа 1995 г. № 154-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» предусматривал лишь один обязательный орган местного самоуправления, который должен быть в каждом муниципальном образовании: представительный орган местного самоуправления (при этом он мог быть заменен сходом

граждан в небольших муниципальных образованиях). Действующий Федеральный закон № 131-ФЗ по-новому решает вопрос о наличии в структуре органов местного самоуправления обязательных органов, уделяя значительное внимание правовому регулированию вопросов формирования и деятельности органов местного самоуправления, в сравнении с Федеральным законом 1995 г. [4; с.228]

При этом если Федеральный закон № 154-ФЗ оставлял порядок определения населением структурных элементов за субъектом Федерации, то Федеральный закон № 131-ФЗ сам устанавливает этот порядок. Структура органов местного самоуправления, согласно этому Закону, может определяться двояким образом: населением на местном референдуме (в муниципальном образовании с численностью жителей, обладающих избирательным правом, не более 100 человек, — на сходе граждан) или представительным органом вновь образованного муниципального образования и закрепляется в уставе муниципального образования [2].

До 2014 года в Российской Федерации выделяли пять типов муниципальных образований: городской округ, муниципальный район, городское поселение, сельское поселение, внутригородская территория города федерального значения. Федеральным законом от 24 мая 2014 года № 136-ФЗ было введено еще два типа муниципальных образований: внутригородской район, городской округ с внутригородским делением.

Таким образом, в современной российской эволюции местного самоуправления можно выделить три этапа:

Начальный этап.	На этом этапе происходит становление российского государства после развала СССР. Принята новая Конституция РФ 12 декабря 1993 года в которой были закреплены принципиально новые основы местного самоуправления.
Этап становления местного самоуправления в РФ.	Данный этап непрерывно связан с принятием первого федерального закона от 28 августа 1995 г. № 154-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации».
Этап реформирования.	Тенденции развития местного самоуправления быстро менялись. Действующий на тот момент федеральный закон «Об общих принципах местного самоуправления в Российской Федерации» № 154-ФЗ устарел. В 2003 году был принят абсолютно новый закон от 06.10.2003 г. № 131-ФЗ вступил в силу с 01.01.2009 г. с одноименным названием «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации». Процесс реформирования не закончен и на данный момент. Вносится множество поправок и дополнений в федеральный закон, но все же в длительной перспективе заметно светлое будущее российского местного самоуправления.

**Перспективы развития местного самоуправления в современной России.**

Система органов местного самоуправления — это организационно упорядоченная совокупность органов местного самоуправления в рамках конкретного муниципального образования, закрепленных в действующем законодательстве, имеющих самостоятельный статус, обладающих собственной компетенцией, находящихся во взаимосвязи, взаимозависимости и объединенных едиными целями и за-

дачами по решению вопросов местного значения в интересах населения.

Дефицит местных бюджетов и определяющая доля межбюджетных трансфертов в их доходах не позволяют им в полной мере проявлять свою роль в развитии муниципальных образований. Однако по мере укрепления экономики, расширения доходной базы и повышения статуса местного самоуправления, возрастания роли муниципального образования в решении конкретных проблем и нужд

населения значение местных бюджетов будет возрастать. В связи с этим необходимо совершенствовать и укреплять финансовую базу органов самоуправления, основу которых составляют местные бюджеты.

Необходимо так же отдельно рассмотреть вопрос о разграничении предметов ведения и полномочий между муниципальными районами и поселениями. В настоящее время в Федеральном законе № 131-ФЗ перечень вопросов местного значения поселения сохранить в основном для городских поселений, а перечень вопросов местного значения сельских поселений свести к минимуму, ограничив его вопросами обустройства и содержания территорий. Необходимо также существенно сократить объем финансовой и статистической отчетности для сельских поселений. Значительная часть рабочего времени работников сельских администраций уходит на написание отчетной документации. Одновременно предоставить право высокоэффективным сельским поселениям по соглашению с муниципальными районами принимать на себя решение отдельных дополнительных вопросов местного значения с предоставлением субвенций на их исполнение из бюджетов муниципальных районов.

Система формирования доходной базы муниципальных бюджетов не позволяет в полной мере реализовать возможности бюджета, количественно и качественно влиять на муниципальную экономику. Учитывая, что огромная часть социальных и экономических расходов государства финансируется именно за счет средств местных бюджетов, бюджеты муниципальных образований должны выступать в качестве экономического регулятора, способствующего установлению оптимальных пропорций общественного производства в территориальном масштабе, стимула развития и структурной перестройки экономики, повышения инвестиционной активности хозяйствующих субъектов, оживления предпринимательства на местах.

В современной России развитие местного самоуправления возможно только в результате достаточного финансового обеспечения муниципальных образований, социальной поддержки населения, а также развития культурных ценностей и самоорганизации населения проживающих на территории муниципальных образований.

#### Библиографический список

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием) 12 декабря 1993 г. // Российская газета. — 1993. — 25 декабря.
2. Федеральный закон от 06.10.2003 № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» // Собрание законодательства РФ. 2003. № 40. Ст. 3822.
3. Федеральный закон от 27.05.2014 № 136-ФЗ «О внесении изменений в статью 26.3 Федерального закона «Об общих принципах организации законодательных (представительных) и исполнительных органов государственной власти субъектов Российской Федерации» и Федеральный закон «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» // Собрание законодательства РФ. — 2014. — № 22. — Ст. 2770.
4. Кутафин О. Е., Фадеев В. И. Муниципальное право Российской Федерации. М.: Проспект, 2010. С. 228–229.

## Теоретические вопросы управления качеством в системе «Бережливое производство»

Галиев Ленар Рафисович, студент  
Казанский (Приволжский) федеральный университет

**Управление качеством** — один из самых часто задаваемых вопросов. Понятие качества определено в стандарте ISO 9000:2005 (российский аналог — ГОСТ Р ИСО 9000—2008) «Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь» как:

**Управление качеством** — степень соответствия совокупности присущих характеристик (отличительных свойств) требованиям (потребностям или ожиданиям).

На данный вопрос подавляющее большинство сотрудников любой компании ответят: «Качество продукции»

«Качество оказанной услуги». На вопрос «Чему должно соответствовать качество?» отвечают: «ГОСТу (ТУ, внутреннему стандарту...), которому должно соответствовать качество продукции (услуг), выпускаемой нашим предприятием». Однако ни в одном из источников не указано, что качество — это соответствие определенному ГОСТу или ТУ. На вопрос «Кто должен отвечать за качество?» большинство ответят «Отвечать за качество должен ОТК. Они должны проверять готовую продукцию на соответствие документации». К сожалению никто из них не го-



ворит о качестве управления. Качество — это забота всех сотрудников любой компании в том числе, даже в большей степени, руководства. Это и есть одна из основных проблем управления качеством. В каждом процессе должно быть «встроено» качество. Без этого ничего не получится. На основании вышеизложенного мы от понятия качества продукции перешли на следующий уровень — к понятию **качества управления (менеджмента)**.

Принципы управления качеством

В восьми принципах системы менеджмента качества (СМК) заложено понятие качества:

**1. Ориентация на потребителя.** Потребители всегда определяют качество производимых товаров/услуг. Компании должны добиться и превзойти требуемое потребителями качество.

**2. Лидерство руководителя.** Именно высшее руководство должно возглавлять СМК на предприятии. Без их личного участия и влияния процесс постоянных улучшений не может быть запущен. Они должны создать в компании условия для вовлечения всех сотрудников.

**3. Вовлечение работников.** Процесс улучшений также невозможен без вовлечения и управления персоналом предприятия. Сотрудники должны понимать свои цели и задачи, чувствовать свою значимость для компании и получать удовлетворение от работы.

**4. Процессный подход.** Процессный подход пронизывает всю организацию, определяя последовательность работы и порядок взаимодействия каждого сотрудника и подразделения.

**5. Системный подход.** Мало разработать процессы для всей организации. Необходимо объединить их между собой и управлять как единой системой.

**6. Постоянное улучшение.** Компания добивается качества путем внедрения постоянных улучшений. Качество процессов и, следовательно, качество управленческих решений, обеспечивается путем стандартизации процессов, их постоянным измерением, анализом, улучшением.

**7. Принятие решений, основанных на фактах.** Компания обеспечивает стабильное качество производимых товаров/услуг через мониторинг и анализ всех процессов: основного, управленческого и вспомогательных.

**8. Взаимовыгодные отношения с поставщиками.** Построение доверительных взаимовыгодных отношений с поставщиками является важным условием обеспечения качественного сырья/комплектующих. Бережливое производство и Теория ограничений представляют отличные проверенные решения для обеспечения бесперебойных поставок при минимальном объеме складских запасов.

Действительно, чтобы управлять качеством, никакая сертификация не обязательна. Для этого достаточно знаний и желания. Но внедренная СМК помогает структурировать все процессы, обозначить ответственность и взаимосвязи каждого сотрудника, использовать положительный и отрицательный опыт для постоянного улучшения компании.

Низкая эффективность использования всех видов производственных ресурсов остается одной из важнейших проблем российской промышленности. В сложившейся ситуации особую востребованность приобретают модели менеджмента, ориентированные на:

- повышение производительности использования всех видов производственных ресурсов, способов организации производства;
- повышение труда и управления, позволяющие снижать издержки производства и распространения продукции.

К их числу следует отнести доказавшую свою эффективность в зарубежной практике и получившую широкое распространение концепцию «Бережливого производства» (Lean-production), ориентированную на оптимизацию бизнеса по критерию его издержек путем устранения всех видов потерь и предполагающую вовлечение в процесс рационализации бизнеса каждого сотрудника предприятия.

Однако при всей целесообразности применения этой передовой концепции организации и управления производственными процессами в промышленном секторе российской экономики, ее практическая реализация затруднена в силу невозможности прямого перенесения зарубежного опыта в российские условия и неразработанности соответствующих управленческих механизмов, позволяющих осуществить подобную адаптацию. [2]

Говоря о фактической практике применения «бережливого производства», стоит отметить, что это не просто «модное» течение, а действительно мощный инструмент, повышающий эффективность производства и снижающий издержки. Подтверждением этому служит корпорация Toyota, входящая в топ-10 крупнейших компаний мира.

Формируя представления о бережливом производстве как концепции управления, мы исходим из того, что сама по себе концепция — это способ понимания и трактовки явлений и процессов социально-экономической действительности, руководящая идея и система принципов, лежащих в основе тех или иных видов деятельности.

Отечественные авторы Кузьмин А. М., Туровец О. Г. определяют бережливое производство как совокупность подходов, методов, направленных на уменьшение всех возможных издержек и увеличение производительности. «Меняя производственную систему на базе принципов бережливого производства, пишет А. М. Кузьмин, мы сокращаем внутренние потери (запасы, перемещения и т. д.) и при этом высвобождаются люди, помещения, энергия». Все вышеперечисленное косвенно влияет на качество продукции, позволяет выйти на новый уровень по выпуску продукции и делает ее более конкурентоспособной на современном рынке. [3]

Компания Thomas Group использует понятие бережливого производства как системы создания ценности — того, за что потребитель готов заплатить. Все другие аспекты производственного процесса рассматриваются как бес-

полезные и не нужные. Отсюда, бережливое производство — это инструмент, предназначенный для того, чтобы сконцентрировать ресурсы и мощности на производстве продукции, обладающей добавленной ценностью, одновременно устраняя продукты, не обладающие этой ценностью. [5]

Интересную точку зрения высказал К. Новиков, рассматривающий бережливое производство как новую систему производственных отношений, эволюционным способом, пришедшую на смену старой системе производственных отношений эпохи массового производства, полностью соответствующую современному уровню развития производительных сил человеческой цивилизации 21 века.

В целом проблеме контроля качества уделяется значительное внимание в концепции бережливого производства, а в числе инструментов ее реализации присутствует система Всеобщего контроля качества (Total Quality control, TQC), представляющая собой комплекс «средств экономного производства товаров или услуг, которые удовлетворяют требованиям потребителя». Основное внимание в данной си-

стеме уделяется контролю качества продукции с помощью статистических методов.

Впоследствии TQC перерос в систему «всеобщего менеджмента на основе качества» (TQM), охватывающую все аспекты менеджмента. В рамках систем TQC/TQM необходимо идентифицировать ключевые процессы, осуществлять непрерывный контроль в процессе функционирования. Причем, роль менеджмента заключается в планировании и проверке процесса, а не результата, а так же в улучшении процесса, а не в критике на основе его результата.

Естественным дополнением систем контроля качества служит система QFD (Quality Function Deployment) — структурирование (развертывание) функции качества, которая способствует трансформации запросов потребителя в потребительские свойства продукции, расставляя при этом приоритеты для изготавливаемой продукции или выполняемой работы. В основе QFD — лежит схема, представленная в виде так называемого «Дома качества» (рис. 1), где отражены информационная составляющая изготавливаемого продукта и принимаемые решения.

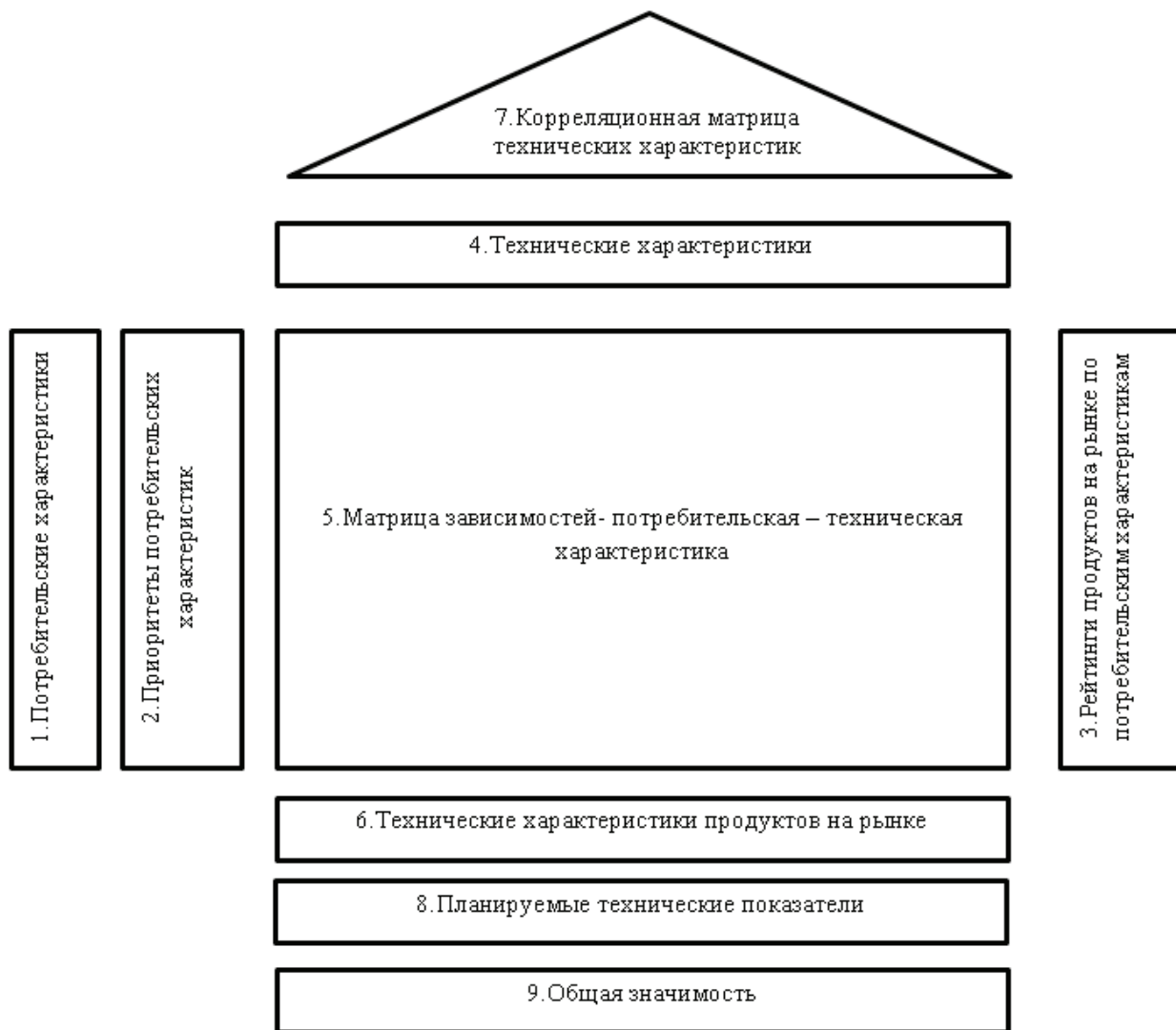


Рис. 1. Схема «Дома качества» при бережливом производстве [1]

Интересный подход к построению системы всеобщего контроля качества (TQC) продемонстрировала японская машиностроительная компания Komatsu.

В Komatsu как и на Toyota созданы межфункциональные комитеты (управление прибылями и затратами, обеспечение качества, управление объемом производства) и все они подчиняются комитету TQC. Причем роль межфункционального комитета по обеспечению качества в Komatsu состоит в следующем:

1. Комитет стремится улучшить систему обеспечения качества, начиная с планирования выпуска продукции вплоть до продаж и обслуживания.

2. Для достижения этой цели комитет изучает поступающие в комитет TQC материалы и отчеты следующей тематики: а) планирование обеспечения качества в масштабах компании; б) планирование улучшения систем и ответственные за это отделы. [2]

Поскольку любой межфункциональный комитет занимается совершенствованием системы качества, они стремятся выявить любые неполадки в ее функционировании и выработать рекомендации по их устранению. Если, например, комитет обнаружит, что причина сбоя — несоответствующие правила, он может дать отделам рекомендацию их пересмотреть и исправить.

По данным Института комплексных стратегических исследований (ИКСИ), предприятия, которые первыми начали применять методы бережливого производства в России — это: Горьковский автомобильный завод (Группа «ГАЗ»), РУСАЛ, ЕвразХолдинг, Еврохим, ВСМПО-АВИСМА, ОАО «КУМЗ», Челябинский кузнечно-прессовый завод (ОАО «ЧКПЗ»), ОАО «Соллерс» («УАЗ», «ЗМЗ»), КАМАЗ, НефАЗ, Сбербанк России ОАО и др. Но настоящим прорывом стала целевая программа внедрения Lean, принятая правительством Татарстана. [4]

На наш взгляд, рост экономики промышленных предприятий различных территорий за счет использования прогрессивных инструментов менеджмента непременно приведет к дальнейшему развитию экономики России в целом, и как следствие, к повышению национальной

безопасности в условиях интернационализации и глобализации мирохозяйственных процессов. Для повышения эффективности экономики региона органам власти территории необходимо:

- принимать меры по распространению знаний о концепции «Бережливого производства» и «6 сигма»;
- организовывать непрерывные курсы повышения квалификации для топ-менеджмента и инженерно-технического состава предприятий с привлечением ученых территориальных образовательных учреждений;
- демонстрировать результаты применения указанной концепции и пропагандировать ее повсеместное применение.

Исходя из вышесказанного, нами делаются следующие выводы.

1. В современном динамичном мире ни одно предприятие не может оставаться на 100 % конкурентоспособным без применения концепции «бережливого производства».

2. Кратковременное использование отдельных элементов вышеуказанной концепции не дает существенных результатов. Эффективной Lean-система будет только в долгосрочном ракурсе, при этом «бережливое производство» должно стать частью компании, частью ее философии и миссии.

3. Один из самых основных моментов внедрения Lean-системы это — подбор и подготовка кадров. Каждый сотрудник должен понимать и осознавать суть концепции «бережливого производства», строго и неукоснительно следовать инструкциям и требованиям внедряемой системы. Компания должна воспитать дух корпоративной культуры в каждом, начиная от рабочего и заканчивая топ-менеджментом.

Таким образом, широкое использование передовыми международными и российскими компаниями концепции бережливого производства повышает статусность этих компаний в области конкурентоспособности и эффективности и обеспечивает их успешное продвижения на мировые рынки.

#### Литература:

1. Березовский Э. Э. диссертация на тему «Инструменты и методы управления промышленным предприятием на основе LEAN-концепции» / Краснодар, 2014.
2. Майкл Дж. Л. Бережливое производство плюс шесть сигм в сфере услуг. Как скорость бережливого производства и качество шести сигм помогают совершенствованию бизнеса / пер. с англ. М.: Изд-во «Манн, Иванов и Фербер», 2011. — 464 с.
3. Рабунец. П. Производственная система предприятия: как с помощью бережливого производства устранить потери и повысить эффективность/ <http://www.leaninfo.ru/2011/11/17/lean-konferenciya-2011-itogi/>. Дата обращения ноябрь 2012 г.
4. Управление качеством и бережливое производство. Люди-канбаны // [http://qlean.blogspot.com/2010/11/blog-post\\_18.html](http://qlean.blogspot.com/2010/11/blog-post_18.html)
5. Thomas Group <http://www.thomasgroup.ru/index.html>

## Качество жизни населения города Владивостока и пути решения проблем

Галимович Валерия Вадимовна, студент;  
Старкова Галина Петровна, доктор технических наук, профессор  
Владивостокский государственный университет экономики и сервиса

*В статье рассматривается одна из важнейших характеристик социально-экономического развития страны — это качество жизни населения городов и вопросы развития социальной инфраструктуры города Владивостока. С помощью системы индикаторов произведена оценка уровня развития социальной инфраструктуры. Описывается проведенное исследование по качеству жизни населения города Владивосток за 2013–2015 гг.*

**Ключевые слова:** качество жизни населения, интегральный рейтинг, индикаторы, исследование, город Владивосток, оценка качества жизни, уровень жизни, удобство города, благоустройство города, коррупция, жилищное строительство, социальная инфраструктура.

Качество жизни как социально-экономическая категория представляет собой обобщающую характеристику жизнедеятельности и жизнеспособности общества, затрагивающую практически все аспекты взаимодействия человека с окружающей средой. [1, с. 140]

Уровень жизни населения можно определить как сложную социально-экономическую категорию, отражающую степень удовлетворения потребностей населения в материальных благах и нематериальных услугах, а также условия в обществе для развития и удовлетворения этих потребностей. В широком смысле понятие «уровень жизни населения» включает еще условия жизни, труда и занятости, быта и досуга, образования, а также характеризует состояние здоровья, природную среду обитания и т. д. [2, с. 3]

Уровень жизни населения можно определить с помощью индикаторов качества жизни.

Индикаторы качества жизни (ИКЖ) населения играют важную роль в процессе управления социально-экономическим развитием. С помощью этой методологии измерения качества жизни, можно получить возможность определить стратегические цели в развитии человеческого общества; сравнить общество по данному показателю; сконструировать целевые критерии общественного благосостояния, условная оптимизация которых позволит определять оптимальные траектории социально-экономического и эколого-демографического развития. [3, с. 68]

Объективные индикаторы качества жизни наиболее распространенные. При таком подходе качество жизни определяют через параметры объективных условий и процессов жизнедеятельности.

Приведем основные показатели развития социальной инфраструктуры города Владивостока:

- удобство города для жизни;
- качество жилого фонда и жилищное строительство;
- доступность культурных насаждений;
- качество медицинского обслуживания;
- качество образования;
- состояние дорожного хозяйства;
- отношение к работе муниципальных властей;
- коррупция в работе муниципальных властей. [3]

Такие показатели дают объективную картину качества жизни населения в городе. Оценка уровня основных показателей, по мнению жителей города Владивостока, характеризующие социальную инфраструктуру, приведены в таблице 1.

Таблица 1. Комплекс показателей, характеризующих социальную инфраструктуру

№	2015,%	2014,%	2013,%
Удобство города для жизни	81	85	71
Удовлетворенность состоянием дома	58	51	50
Удовлетворенность благоустройством города	65	62	62
Удовлетворенность работой жилищно-коммунальных служб	32	36	27
Достаточный объем жилищного строительства	51	50	45
Достаточность учреждений культуры	74	70	68
Удовлетворенность работой здравоохранения	31	29	34
Качественное и современное образование	85	83	79
Состояние автомобильных дорог в городе	50	47	39
Работа общественного транспорта	75	79	82
Работа сотрудников ГИБДД	82	71	69
Отношение к работе муниципальных властей	46	59	-
Влияние населения на городскую власть	21	24	-
Коррупция в работе муниципальных структур	35	-	-

Анализ индикаторов развития социальной инфраструктуры города Владивостока позволил сделать следующие выводы:

— на 2015 год 81 % жителей полностью или в основном довольны качеством городской среды. Это соответствует результатам социологического исследования проведенного в 2014 году, согласно которому этот результат составил 85 %, в 2013 году комфортностью своего города были довольны 71 % населения;

— в настоящее время жители многоквартирного дома все больше уделяют внимание на состояние своего дома. 58 % респондентов полностью или в основном удовлетворены состоянием дома, в котором они проживают. Это соответствует результатам социологического исследования проведенного в 2014 году, согласно которому этот результат составил 85 %, в 2013 году комфортностью своего города были довольны 71 % населения;

— в сфере благоустройства города создаются условия, которые обеспечивают высокий уровень качества жизни. В городе Владивостоке доля горожан, которые в основном довольны благоустройством своего города, составляет 65 %. За прошлые 2 года этот показатель увеличился на 3 %;

— жилищно-коммунальное хозяйство создает комфортное и удобное проживание путем предоставления широкого спектра жилищно-коммунальных услуг. Но большинство коммунальных служб выполняют некачественное обслуживание населения. И, поэтому, только 32 % жителей в городе Владивосток в основном удовлетворены работой городских жилищно-коммунальных служб. По сравнению с 2014 годом этот показатель уменьшился на 4 %, а по сравнению с 2013 годом увеличился на 5 %;

— в 2015 году показатели по качеству жилищного фонда и жилищного строительства выявили следующее: 51 % респондентов считают, что в их городе строится достаточное количество жилья. В последние годы мнение потребителей о достаточности жилищного строительства в городе Владивосток имеет тенденцию к улучшению. По сравнению с 2014 годом показатель увеличился на 1 %, а по сравнению с 2013 годом показатель увеличился на 6 %;

— Владивосток — центр культуры Приморского края. Город обладает культурным и творческим потенциалом, здесь работают десятки учреждений культуры — театры, музеи, кинотеатры, художественные галереи, филармония. С тем, что в городе достаточно учреждений культуры в основном согласны 74 % жителей. Оценка достаточности культурных учреждений выросла в сравнении с предыдущими периодами. По сравнению с 2014 годом увеличилось на 4 %, по сравнению с 2013 годом — на 6 %;

— Сегодня здравоохранение является важной частью социальной сферы, от которой зависит здоровье население, его работоспособность. Доля тех, кто доволен работой здравоохранения в своем городе по месту жительства составило 31 %. В 2014 году этот показатель составлял 29 %, в 2013 году — 34 %;

— Образование — это одна из сфер, которая определяет качество жизни людей. 85 % жителей считают, что в их городе можно получить современное хорошее образование.

Показатель, по сравнению с 2014 годом увеличился на 2 %, по сравнению с 2013 годом — на 6 %;

— исследование показало, что в последний год заметно улучшилась оценка состояния дорожного хозяйства. 2015 году доля тех, кто положительно оценивает состояние автомобильных дорог в городе, составило 50 %. В 2014 году этот показатель составил — 47 %, в 2013 году — 39 %;

— в 2015 году значительно снизилась доля россиян, довольных работой общественного транспорта в своем городе. Сегодня положительную оценку его функционирования разделяют 75 % респондентов против 79 % год назад и 82 % два года назад;

— оценка работы Госавтоинспекции на дорогах города Владивостока в последние годы стабильно росла. Так, в 2015 году 82 % положительно оценивает работу сотрудников ГИБДД в городе. В 2014 году такой показатель составил 71 %, а в 2013 году — 69 %;

— со стороны населения в 2015 году наметилось ухудшение оценки работы муниципальных властей. На сегодняшний день доля согласных с тем, что местные власти много делают для благополучия жителей города составляет 46 %. В 2014 году это мнение разделяли 59 % респондентов;

— ухудшилась оценка способности населения влиять на органы городской власти. Сегодня 21 % жителей считают, что население может сильно влиять на местные органы управления. Этот показатель упал на 3 % по сравнению с прошлым 2014 годом;

— за 2015 год всего 35 % респондентов приходилось давать деньги работникам различных городских учреждений. [5]

Для улучшения качества жизни населения, необходимо реализовывать мероприятия по улучшению развития социальной инфраструктуры.

В качестве основных направлений развития социальной инфраструктуры города можно предложить:

1. Жилищно-коммунальное хозяйство:
  - а) улучшение технического и экологического состояния объектов ЖКХ;
  - б) создания эффективной системы оказания жилищно-коммунальных услуг населению;
  - с) модернизации коммунальной инфраструктуры и жилищного фонда и т. д.
2. Благоустройство города:
  - а) зонирование и благоустройство территории жилой застройки с учетом демографического состава населения;
  - б) создание комфортных условий для отдыха;
  - с) качественная уборка территории, включающая в себя регулярную очистку тротуаров и иных территорий;
  - д) обеспечение восстановления, сохранения и устойчивого развития озелененных территорий;
  - е) качественный ремонт автомобильных дорог и т. д.

3. Здравоохранение:
- а) совершенствование медицинской помощи населению, проживающему в регионе;
  - б) оснащение лечебных учреждений современным медицинским оборудованием;
  - с) совершенствование системы подготовки и повышения квалификации медицинских кадров и т. д.
4. Дорожное хозяйство:
- а) обеспечить адекватного финансирования эксплуатации дорог;
  - б) качественное управление дорожной сетью;
  - с) изучение вопросов безопасности дорожного движения и т. д.

Подведя итоги проведенного исследования, можно отметить, что качество жизни является приоритетной проблемой социально-экономического уровня жизни. В настоящее время население все больше уделяет внимание на удобство города, на качество жилого фонда и жилищного строительства, медицинского обслуживания, образования, состояние дорожного хозяйства, на работу муниципальных служб. Чем выше уровень развития социальной инфраструктуры, тем улучшает качество жизни населения города. И, наоборот, чем ниже уровень развития инфраструктуры, тем ниже качество жизни населения. И, поэтому, необходимо первоочередного развивать социальную инфраструктуру города Владивостока.

#### Литература:

1. Журнал Труды Карельского научного центра РАН № 5, 2013. С. 140–146. Морозова Т. В., Белая Р. В., Мурина С. Г. Оценка качества жизни на основе индикаторов социально — экономического благополучия населения.
2. Статистика уровня жизни населения: учебник / под ред. М. Г. Назарова. — М.: ОМЕГА-Л, 2007.
3. Журнал Университет им. В. И. Вернадского № 3 (13) 2008 том 1. с. 131–135. Жарикова М. В. Влияние экологического фактора на качество жизни населения.
4. Росгострах. Показатели качества городской среды по итогам 2015 года. [Электронный ресурс] <http://www.rgs.ru/pr/csr/misc/index.wbp>.
5. А. Н. Зубец. Исследование качества жизни в российских городах [Электронный ресурс] [http://www.fa.ru/chair/priklsoc/Documents/Russian\\_Cities\\_Life\\_Quality\\_2014.pdf](http://www.fa.ru/chair/priklsoc/Documents/Russian_Cities_Life_Quality_2014.pdf).

## Основные аспекты развития индустрии морских контейнерных перевозок в международной логистике на примере компании «Маерск» (Maersk Line)

Гараева Милена Ленаровна, студент  
Государственный университет управления

*В данной статье рассматривается роль морских международных контейнерных перевозок на примере компании «Маерск», которая занимает лидирующую позицию в мире логистических компаний. Также в работе отмечены глобальные направления морских перевозок, в рамках которых транспортные компании организуют регулярные линии, позволяющие грузоотправителям и логистическим операторам быстро и надежно организовывать свои транспортные потоки.*

**Ключевые слова:** контейнерные перевозки, Маерск.

Внешнеторговая статистика показывает в качественном и количественном развитии, основных этапов эволюции цепей поставок международного маркетинга и логистики огромную роль и значение принадлежит морским перевозкам [1–3]. Постоянно анализируется особо современное состояние рынка морских контейнерных перевозок перспективы его развития, объекты управления контейнерными перевозчиками в логистических цепях поставок продукции [4–6], в товаропроводящих сетях [7], разрабатываются модели взаимодействия морских портов и перевозчиков, осуществляется комплексное позиционирование России на рынке морских перевозок [8,9].

Компания Маерск (Maersk Line) является одной из крупнейших в мире логистических компаний, которая, по сути, сформировала современный вид отрасли морских перевозок. На ее примере удобно посмотреть на международную логистику в разрезе разнообразных количественных и качественных показателей и характерных особенностей. Маерск входит в одноименный холдинг The Maersk Group (A. P. Moller-Maersk Group [10]), включающий в себя помимо логистического бизнеса еще и нефте- и газодобычу, продуктовый ритейл и т. д. [<http://www.maersk.com/en/industries>], и по праву является одним из грандов международной логистики, как это показано в таблице ниже [11]:

Таблица 1. Крупнейшие транспортные компании мира [The Journal of Commerce, <http://www.joc.com/international-logistics/logistics-providers>]

№	Наименование	Выручка, млрд. долл. (2012 г.)	Комментарии
1	DHL, Германия (принадлежит Deutsche Post)	54,985	Компания существует с 1969 года, на сегодняшний день доставляет грузы в 120 000 городов 120 стран мира. Количество офисов компании превышает 5000, численность персонала более 275 тысяч человек.
2	UPS, США	54,127	Компания United Parcel Service, Inc, сокращенно UPS основана в 1907 году в городе Сиэтле. С 1976 года компания вышла за пределы США и начала работать в Германии, а затем и в других странах Европы. С 1976 года компания вышла на российский рынок, а к 2000 году создала собственную сеть отделений. Компания имеет собственную авиационную службу, состоящую из 237 реактивных самолетов. Обслуживаются 220 различных стран по всему миру. Количество сотрудников — 395 000, из которых 318 000 работают в США.
3	FedEx, США	43,471	Компания FedEx Corporation создана в 1971 году, на сегодня обладает 379 средними и дальними самолетами и 291 ближнемагистральным самолетом. Авиация компании доставляет грузы в 211 стран мира. Начиная с 1991 года, самолеты компании летают и в Россию.
4	Маерск, Дания	40,529	Начинала она свою работу в 1904 году с единственного грузового парохода, сейчас — крупнейший в мире оператор, занимающийся контейнерными перевозками. На 387 судах перевозятся контейнеры между 40 контейнерными терминалами фирмы, размещенными по всему миру, в распоряжении компании есть также 40 судов, перевозящих нефтепродукты, и 7 супертанкеров, имеющих водоизмещение 300 тысяч тонн. В компании работает 115 тысяч человек, ее офисы находятся в 130 странах мира.
5	DB Schenker, Германия	26,100	Начала работу в 1871 году с предоставления экспедиторских услуг, еще в 19 веке компания начала перевозку сборных грузов в собственных железнодорожных вагонах и кораблях, которые курсировали между Европой и США. На сегодняшний день компания принадлежит железнодорожной компании Deutsche Bahn. В России компания имеет 24 офиса, в которых работает 900 сотрудников

Маерск специализируется на рынке морских контейнерных перевозок и занимает на нем уверенное первое место, как это показано в таблице 2 далее [12].

Таблица 2. Крупнейшие морские контейнерные перевозчики [Киевавиа-Карго, <http://www.cargo-ukraine.com/samye-krupnye-transportnye-kompanii-mira-po-itogam-2014-goda/>]

№	Наименование	Комментарии
1	Маерск	Грузоподъемность флота — 2,9 млн. TEU; доля рынка — 15,4%
2	Mediterranean Shipping Company (MSC), Швейцария	Грузоподъемность флота — 2,5 млн. TEU; в 2015 спустила на воду самый крупный в мире контейнеровоз MSC Oscar грузоподъемностью 19 224 TEU; доля рынка — 13,3%
3	CMA CGM, Франция	Флот насчитывает 428 контейнеровозов, грузоподъемность — 1,56 млн TEU; суда ходят по 170 маршрутам между 400 портами в 150 странах; доля рынка — 9%
4	Evergreen Line, Тайвань	Флот насчитывает 153 контейнеровоза; грузоподъемность флота — 560 тыс. TEU
5	Hapag-Lloyd, Германия	Флот насчитывает 175 контейнеровозов; грузоподъемность 950 тыс. TEU Доля рынка — 5%
6	COSCO Container L., Китай	Флот насчитывает 160 контейнеровозов
7	CSCL, Китай	Флот насчитывает 156 контейнеровозов
8	Hanjin Shipping, Корея	Флот насчитывает 200 контейнеровозов; грузоподъемность 626 тыс. TEU
9	MOL, Япония	Флот насчитывает 120 контейнеровозов; грузоподъемность флота — 608 тыс. TEU
10	Hamburg Süd Group, Германия	Флот насчитывает 112 контейнеровозов; грузоподъемность флота — 537 тыс. TEU;

Трем ведущим морским контейнерным перевозчикам принадлежат самые крупные контейнеровозы, но при этом грузоподъемность контейнеровозов весьма различается. Ниже дана их классификация [13]:

Таблица 3. Классификация контейнеровозов [Морской регистр контейнеровозов, <http://www.containershipregister.nl/index.php>]:

№	Класс	Грузоподъемность, TEU	Комментарии
1	Handysize	260–1000	
2	Handymax	1000–1700	
3	Feeder	1700–2500	
4	Sub-Panamax	2500–4000	
5	Panamax	4000–7000	максимальные размеры судов: длина 294 м, ширина 32,3 м, осадка 12 м, что определяется ограничениями Панамского канала
6	Post-Panamax	7000–13000	30% всего контейнерного флота мира; получил распространения после развития морских линий, минуя Панамский канал
7	Super-Post-Panamax	13000–16600	до 2012 г. был максимальным классом, пропускаемым Суэцким каналом, сейчас канал пропускает суда более 19000 TEU
8	Explorer	16600–18200	серия судов построенных Компанией CMA CGM. В эксплуатации четыре судна «CMA CGM Marco Polo», «CMA CGM Alexander von Humboldt», «CMA CGM Jacques Cartier» и «CMA CGM Jules Verne»
9	Triple E-Class	18200–21000	на 1 марта 2015 года работают пятнадцать судов такого класса на линии Maersk-Line AE1-AE3
10	Post-Triple E-Class	более 21000	Первое судно было построено по заказу Mediterranean Shipping Company и спущено на воду в январе

Самые крупные контейнеровозы перечислены в таблице далее [13]:

Таблица 4. Крупнейшие контейнеровозы мира [Морской регистр контейнеровозов, <http://www.containershipregister.nl/index.php>]

№	Название судна	Тоннаж, тонн	Собственник (эксплуатант)
1	MSC Oscar	193 300	MSC
2	CSCL Globe	187 700	CSCL
3	CMA CGM Marco Polo	175 343	CMA CGM
4	Ebba Maersk, Edith Maersk, Elly Maersk, Eleonora Maersk	170 794 (каждый из четырех)	Маерск

Как упоминалось ранее, Маерск сформировала современный вид рынка морских перевозок. Все началось в 1930 г., когда она перешла от заказных перевозок из точки А в точку Б к регулярным линейным перевозкам. По состоянию на сегодняшний день в рамках международных перевозок большинство компаний-судовладельцев (операторов) водит свои суда по установленным ими (или общепринятым) маршрутам. Весь мир поделен на определенные сектора и направления транспортных потоков, например, согласно классификации Маерск выделяются следующие глобальные направления морских перевозок [<http://www.maersk.com>]:

- 1) Азия-Европа; Европа-Азия;
- 2) Азия-Средиземноморье; Средиземноморье-Азия;
- 3) Азия-Северная Америка; Северная Америка-Азия;

- 4) Европа-Северная Америка; Северная Америка-Европа;
- 5) Средиземноморье -Северная Америка; Северная Америка- Средиземноморье.

В рамках каждого глобального направления транспортные компании организуют регулярные линии, например, Маерск по направлению Азия-Европа ходит по следующим линиям: AE 1, AE 2, AE 5, AE 6, AE 9, AE 10; по направлению Европа-Азия Маерск ходит по одноименным линиям: AE 1, AE 2, AE 5, AE 6, AE 9, AE 10. Каждая линия предполагает заход в определенные, отличающиеся для разных линий порты. Для каждой линии существует свое расписание, например, линия AE 1 (Азия-Европа) имеет следующее расписание [<http://www.maersk.com>]:



Таблица 5. Расписание линии АЕ 1 (сайт Маерск)

		Коломбо, Шри-Ланка	Феликстоу Англия	Роттердам, Голландия	Гамбург, Германия	Бремерхавн, Германия
		Прибытие (день недели), дни в пути				
Отправление		Пнд	Ср	Пт	Сб	Вт
Кобе, Япония	Ср	18	34	36	38	40
Нагоя, Япония	Чт	17	33	35	37	39
Йокохама, Япония	Сб	15	31	33	35	37
Нингбо, КНР	Вт	12	28	30	32	34
Шанхай, КНР	Ср	11	27	29	31	33
Гонконг	Сб	8	24	26	28	30
Янтянь, КНР	Вск	8	24	26	28	30
Танджун Пелепас, Малайзия	Пт	3	19	21	22	25
Коломбо, Шри-Ланка	Вт	-	15	17	18	21

Наличие такого четкого расписания позволяет грузо-отправителям и логистическим операторам достаточно надежно организовывать свои транспортные потоки посредством интермодальных перевозок: достаточно зафрахтовать себе грузоместа на нужный день недели на соответствующую линию и организовать подвоз своего груза в ближайший удобный порт.

Очевидно, что транспортные потоки по одной и той же линии в разные стороны несимметричны, поэтому порты захода отличаются, например, для линии АЕ 1 Маерск Азия-Европа это Кобе, Нагоя, Екохама, Нингбо, Шанхай, Гонконг, Янтянь, Танджун Пелепас, Коломбо, Феликстоу, Роттердам, Гамбург, Бремерхавн; для той же линии АЕ 1 Европа-Азия это Гамбург, Бремерхавн, Роттердам, Гавр, Коломбо, Танджун Пелепас, Гонконг, Янтан, Кобе, Нагоя, Йокохама [<http://www.maersk.com>].

Следует отметить, что Маерск также ввела в обиход транспортировку рефрижераторных контейнеров, для чего на всех современных контейнеровозах максимальной вместимостью свыше 15,000 TEU сейчас предусматривается 1000–1100 рефрижераторных подключений [<http://www.maersk.com>].

Во всех ключевых для себя портах Маерск владеет минимум одним терминалом; в целом количество собственных терминалов превышает четыре десятка [<http://www.maersk.com>]. Другие компании-конкуренты

в меру своих возможностей и оборота также стараются обеспечить себя собственными терминалами, т. к. наличие собственного терминала позволяет гарантировать приоритетную обработку собственных грузов, что снижает риск задержек в такелажных работах, что, в свою очередь, позволяет соблюдать сроки доставки и повышает удовлетворенность клиентов. Так, MSC (№ 2 в рейтинге, см. выше) имеет дочернее предприятие Terminal Investment Limited SA (TIL), владеющее или управляющее 29 терминалами по всему миру [<http://www.tilgroup.com/about>]. CMA CGM (№ 3 в рейтинге) владеет или управляет 13 терминалами в различных портах мира и т. д. [<https://www.cma-cgm.com/the-group/activities/shipping/terminals>].

В заключение следует отметить, что вся деятельность Маерск весьма показательна, и на ее примере можно изучать любой аспект мировой индустрии морских контейнерных перевозок. Например, Маерск первой предложила клиентам услугу доставки от дверей до дверей (Door/Ramp to Door/Ramp), полностью интегрированную в сервис по морской перевозке, реализуя ее с помощью своих местных «сухопутных» дочерних или партнерских логистических операторов, присутствующих во всех странах, в которых работает Маерск. Маерск первой озаботилась вопросом снижения выбросов углекислого газа в атмосферу и даже создала отдельный раздел на своем сайте, а ее примеру последовали ближайшие конкуренты и т. д.

Литература:

1. Воронов В. И., Воронов А. В., Ермаков А. А. Внешнеторговая статистика в развитии международного маркетинга и логистики. *Маркетинг*. 2014. № 1 (134). С. 90–96.
2. Воронов В. И., Воронов А. В. Основные элементы эволюции элементов цепей поставок в международной логистике ЛОГИСТИКА. Проблемы и решения. *Международный научно-практический Украинский Журнал*. 2013 № 2. Украина. Харьков.
3. Воронов В. И., Воронов А. В., Лазарев В. А., Степанов В. Г. *Международные аспекты логистики: Учебное пособие*. / Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2002. — 168 с.
4. Мацинина С. С. Анализ объектов управления контейнерными перевозчиками в логистических цепях поставок продукции. *РИСК: Ресурсы, информация, снабжение, конкуренция*. 2011. № 3. с. 82–85.

5. Мацинина С. С. Организация управления интермодальными контейнерными перевозками в логистических цепях поставок продукции. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Государственный университет управления. Москва. 2011.
6. Мацинина С. С. Современное состояние рынка контейнерных перевозок перспективы его развития (основные преимущества и актуальные проблемы). РИСК: Ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. 2011. № 2. С.81–84.
7. Воронов В. И., Воронов А. В. Международные товаропроводящие сети. Маркетинг. 2013. № 6 (133). С.20–28.
8. Лазарев В. А., Воронов В. И. Комплексный подход и позиционирование морского транспорта России на мировом рынке транспортных услуг. Транспорт: наука, техника, управление. 2008 № 3, с.5–10.
9. Воронов В. И. «Имитационная модель управления работой морского порта». Вестник Самарского Государственного Университета им. академика С. П. Королева (НИУ) 2005 № 1 (7) с. 42–45.
10. <http://www.maersk.com/en/industries>
11. The Journal of Commerce, <http://www.joc.com/international-logistics/logistics-providers>
12. Киевавиа-Карго, <http://www.cargo-ukraine.com/samye-krupnye-transportnye-kompanii-mira-po-itogam-2014-goda/>
13. Морской регистр контейнеровозов, <http://www.containershipregister.nl/index.php>

## Автоматизация процессов предприятия

Герасимчук Владислав Андреевич, стажёр  
ООО «В-Лазер Сити»

*В настоящее время рынок информационных технологий и телекоммуникаций переживает период подъёма после кризиса. Растёт потребность организаций в автоматизации бизнес-процессов. В связи с этим увеличивается спрос не только на оборудование вычислительных центров, но и на организацию и поддержку оборудования.*

*Вопросы управления бизнес-процессами особо актуальны для компаний в России. Особенно это касается такой новой сферы разработки программного обеспечения, как тестирование.*

**Ключевые слова:** автоматизация, Microsoft Visual Studio 2010 Test Professional, Atlassian JIRA, принципы автоматизации, стратегии автоматизации.

Основной целью автоматизации является повышение качества исполнения процесса. Автоматизированный процесс обладает более стабильными характеристиками, чем процесс, выполняемый в ручном режиме. Во многих случаях автоматизация процессов позволяет повысить производительность, сократить время выполнения процесса, снизить стоимость, увеличить точность и стабильность выполняемых операций.

Ввиду новизны данного направления, а именно — автоматизации процессов организации, полнофункциональных средств не так уж и много.

Наиболее популярные решения автоматизации:

1 Microsoft Visual Studio 2010 Test Professional.

Microsoft Visual Studio 2010 Test Professional — специализированный набор средств для групп контроля качества, который упрощает планирование и выполнение ручных тестов. Test Professional используется вместе со средой Visual Studio, что обеспечивает эффективную совместную работу разработчиков и тестеров в течение всего цикла разработки приложения.

Преимущества этой программы показаны на рисунке 1. 2 Atlassian JIRA.

Atlassian JIRA — коммерческая система отслеживания ошибок, предназначена для организации общения с пользователями, хотя в некоторых случаях систему можно использовать для управления проектами. Разработана компанией Atlassian Software Systems. [1]

Существует несколько этапов, посредством которых осуществляется разработка систем автоматизации:

- Разработка и согласование технического задания, определение дополнительных функций и возможностей;
- Определение типа автоматизированной системы;
- Разработка внешнего оформления (дизайна), согласование;
- Определение предположительного уровня владения компьютером пользователей системы;
- Тестирование всех модулей, и внедрение;
- Сборка программы согласно тех. заданию и принятому внешнему оформлению;

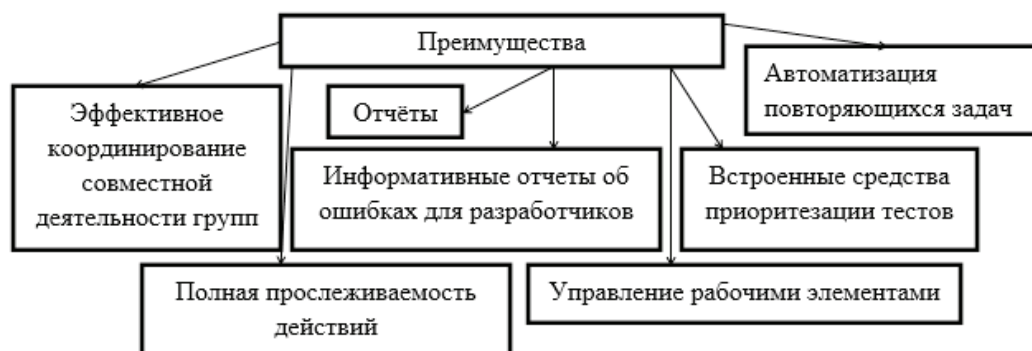


Рис. 1. Преимущества программы Microsoft Visual Studio 2010 Test Professional

Существует четыре варианта стратегии автоматизации, которые описаны в таблице 1.

Таблица 1. Варианты стратегий автоматизации

№	Стратегия	Описание
1	Хаотичная	Состоит из набора автоматизированных участков, не связанных друг с другом. Такая автоматизация определяется оперативными задачами и обычно не отражается в стратегических планах компании
2	По участкам	Представляет собой процесс автоматизации отдельных функциональных участков
3	По направлениям	Отличается от автоматизации по участкам тем, что предполагает участие всех функциональных подразделений, деятельность которых связана с направлением автоматизации.
4	Полная	Предполагает автоматизацию абсолютно всех бизнес-процессов компании.

Как видно из таблицы 1, существует четыре вида стратегий автоматизации предприятия: хаотичная, по участкам, по направлениям и полная. Разработка и внедрение системы автоматизации какого-либо отдела предприятия должна осуществляться следующим образом:

1. Предпроектный аудит.

Компания-разработчик вместе с заказчиком проводят предпроектное исследование автоматизируемого участка. Определяются функциональные требования.

2. Выбор оптимального решения.

На втором этапе заказчик с разработчиком выбирают максимально эффективный вариант реализации системы автоматизации.

3. Разработка технического задания.

Составление максимально подробного технического задания. Формулирование и документирование всех необхо-

димых задач. Согласование с заказчиком и разработчиком текста технического задания, во избежание двоякого понимания тезисов.

4. Кодирование.

Написание кода продукта в соответствии с текстом технического задания. Отладка программы.

5. Тестирование.

Проверка работоспособности программы на платформе заказчика. Все выявленные ошибки отправляются разработчику на доработку.

6. Сдача проекта.

Демонстрация заказчику возможностей, описанных в техническом задании.

Существующие варианты разработки и внедрения автоматизированных систем описаны в таблице 2.

Таблица 2. Варианты разработки и внедрения систем автоматизации

№	Вариант	Описание
1	Разработка системы собственными ресурсами	Позволяет масштабировать и изменять систему в любой момент времени. Требует внушительных затрат на разработку и поддержку.
2	Использование стороннего разработчика	Позволяет создать гибкую систему управления. Затраты на разработку и поддержку сильно превышают использование прототипов или готовой системы.
3	Использование прототипов	Довольно гибкий вариант. В настоящее время не сильно распространены. Использование прототипов сторонней тематики может обернуться непониманием специалистов терминологии системы.
4	Приобретение готовой системы	Позволяет сэкономить средства на разработку. Она предусматривает ряд функционала, кажущийся на первый взгляд неэффективным, но приобретающий важность в процессе эксплуатации.

Из описанной таблицы видно, что существует всего 4 варианта разработки и внедрения автоматизированных систем: разработка системы собственными ресурсами, использование стороннего разработчика, а также использование прототипов и приобретение готовой системы.

Несмотря на то, что автоматизация процессов может выполняться на различных уровнях, принципы автоматизации

для всех уровней и всех видов процессов будут оставаться едиными. Это общие принципы, которые задают условия эффективного выполнения процессов в автоматическом режиме и устанавливают правила автоматического управления процессами. [2]

Основные принципы автоматизации предприятия описаны в таблице 3.

Таблица 3. Основные принципы автоматизации предприятия

№	Принцип	Описание
1	Принцип согласованности	Все действия в автоматизируемом процессе должны быть согласованы между собой и со входами и выходами процесса. В случае рассогласования действий может произойти нарушение выполнения процесса
2	Принцип интеграции	Автоматизируемый процесс должен иметь возможность интегрироваться в общую среду организации. На различных уровнях автоматизации интеграция выполняется по-разному, но суть принципа остается неизменной. Автоматизация процессов должна обеспечивать взаимодействие автоматизируемого процесса с внешней средой
3	Принцип независимости исполнения	Автоматизируемый процесс должен выполняться самостоятельно, без участия человека, либо с минимальным контролем со стороны человека. Человек не должен вмешиваться в процесс, если процесс выполняется в соответствии с установленными требованиями.

Перечисленные общие принципы детализируются в зависимости от рассматриваемого уровня автоматизации и конкретных процессов.

Автоматизация процессов необходима для поддержки управления на всех уровнях иерархии компании. В связи с этим уровни автоматизации определяются в зависимости от уровня управления, на котором выполняется автоматизация процессов.

Уровни управления принято разделять на:

- оперативный;
- тактический;

— стратегический.

В соответствии с этими уровнями выделяют и уровни автоматизации, указанные в таблице 4.

Автоматизация процессов на каждом из указанных уровней обеспечивается за счет применения различных систем автоматизации, например:

- CRM системы;
- ERP системы;
- OLAP системы.

Все системы автоматизации можно разделить на три базовых типа, описанных на рисунке 2.

Таблица 4. Уровни автоматизации

№	Уровень	Описание
1	Нижний уровень или уровень исполнителей	На этом уровне осуществляется автоматизация регулярно выполняющихся процессов. Автоматизация процессов направлена на выполнение оперативных задач, поддержания установленных параметров, сохранения определенных режимов работы
2	Уровень управления производством или тактический уровень	Автоматизация процессов этого уровня обеспечивает распределение задач между различными процессами нижнего уровня. Примерами таких процессов являются процессы управления производством, процессы управления ресурсами, документами и т. п.
3	Уровень управления предприятием или стратегический уровень	Автоматизация процессов уровня управления предприятием обеспечивает решение аналитических и прогнозных задач. Этот уровень автоматизации необходим для поддержки работы высшего звена управления организацией. Он направлен на финансово-хозяйственное и стратегическое управление.



Рис. 2. Типы систем автоматизации

Типы систем автоматизации включают в себя:

1. **Неизменяемые системы.**

Это системы, в которых последовательность действий определяется конфигурацией оборудования или условиями процесса и не может быть изменена в ходе процесса.

2. **Программируемые системы.**

Это системы, в которых последовательность действий может изменяться в зависимости от заданной программы и конфигурации процесса. Выбор необходимой последовательности действий осуществляется за счет набора ин-

струкций, которые могут быть прочитаны и интерпретированы системой.

3. **Гибкие (самонастраиваемые) системы.**

Это системы, которые способны осуществлять выбор необходимых действий в процессе работы. Изменение конфигурации процесса (последовательности и условий выполнения операций) осуществляется на основании информации о ходе процесса. Эти типы систем могут применяться на всех уровнях автоматизации процессов по отдельности или в составе комбинированной системы. [3]

Литература:

1. Л. Г. Гагарина, Д. В. Киселёв, Е. Л. Федотова. Разработка и эксплуатация автоматизированных информационных систем. — Издательство «Инфра-М», Москва, 2007.
2. Л. А. Николаева, М. А. Сачко, Г. П. Старкова Информационные системы в развитии инфраструктуры поддержки малого инновационного бизнеса. <http://cyberleninka.ru/article/n/informatsionnye-sistemy-v-razvitii-infrastruktury-podderzhki-malogo-innovatsionnogo-biznesa>
3. Автоматизация процессов. KPMS. [http://www.kpms.ru/Automatization/Process\\_automation.htm](http://www.kpms.ru/Automatization/Process_automation.htm).

## Особенности комплекса-маркетинга в некоммерческой организации

Гида Марина, магистрант

Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта

*В статье рассмотрено применение комплекса маркетинга на рынке благотворительных услуг на примере благотворительного фонда Калининградской области «Берег надежды».*

**Ключевые слова:** *благотворительность, благотворительный фонд, НКО, маркетинг-микс*

Специфика применения маркетинга в некоммерческих организациях является на данный момент научной проблемой и недостаточно освещена в трудах научных деятелей.

За последние несколько десятилетий такой феномен как «благотворительность» глубоко проник в головы российского населения. Более того, деятельность, связанная с благотворительностью, а также с решением социальными проблемами стала частой практикой не только некоммерческих организаций, но и коммерческих (НКО).

Британская международная благотворительная организация Charities Aid Formation провела самое масштабное исследование в сфере благотворительности и представила Всемирный индекс благотворительности. По данным ис-

следования самый высокий индекс благотворительности имеет США, а самый низкий — Китай, Хорватия и Греция. Россия находится на 123 месте (из 135). Результаты исследования говорят о том, что только 19% россиян вовлечены в благотворительную деятельность, т. е. когда-либо перечисляли денежные средства или жертвовали свои личные вещи людям, не являющихся их родственниками. Стоит отметить, что Россия поднялась с 127 на 123 место, следовательно, наблюдается положительная тенденция в развитии благотворительной деятельности в РФ.

Благотворительные фонды — это негосударственные организации, главной целью которых является благотворительная деятельность в интересах общества или отдельных

категорий лиц. Подобная некоммерческая организация обычно существует на средства от государственной поддержки, субсидии, а также на выигранные гранты на реализацию тех или иных проектов. В большинстве случаев данных средств не хватает, следовательно, руководство ищет новые методы их привлечения. Благотворительные фонды обращаются за помощью к широкой общественности по средствам информирования о своей деятельности, мероприятий и социальной рекламы. Как показывает практика, эффективность стандартных методов по сбору средств снижается. Также следует отметить определённую специфику российского населения, которая является существенной преградой для увеличения денежных потоков, поступающих в благотворительные организации: жители России склонны к различного рода предрассудкам и подозрениям к подобным организациям. Исходя из сложившейся ситуации, благотворительным организациям необходимо в первую очередь сформировать в сознании людей своего региона положительный образ, который позволит населению лояльно относиться к НКО. Во-вторых, следует разработать маркетинговую стратегию, которая позволит найти новые методы привлечения людей к своей деятельности, следовательно, увеличить денежные потоки, поступающие в конкретную благотворительную организацию и улучшить имидж рынка благотворительных услуг в целом.

Для достижения этих целей необходимо рассмотреть, какую маркетинговую деятельность ведёт благотворительный фонд сейчас. В данной статье предложено рассмотреть комплекс маркетинга, применяемый в благотворительном фонде Калининградской области «Берег надежды». Целью деятельности данной организации является оказание благотворительной помощи детям и молодым людям, нуждающимся в срочной медицинской помощи, постоянно проживающим в Калининградской области. В частности проанализируем комплекс-маркетинга НКО по модели 8Р. [2]

### **Товарная политика (Product).**

Благотворительный фонд «Берег надежды» предоставляет две услуги:

- Фандрайзинговые мероприятия — мероприятия по сбору средств детям, нуждающимся в срочной медицинской помощи;
- продукт, подлежащий обмену на пожертвования. Благотворительный фонд «Берег надежды» реализует два основных продукта:
  - а) товары, предлагаемые взамен на добровольные пожертвования;
  - б) познавательно-развлекательная программа для населения Калининграда.

Продукты разработаны таким образом, чтобы максимально удовлетворять потребности потребителя, чтобы он получил выгоду. В данной статье рассматривается услуга, предлагаемая жертвователям.

### **Ценовая политика (Price).**

При ценообразовании используется метод целевой прибыли. Высчитывается себестоимость предлагаемого продукта, к которому добавляется необходимая для достижения цели прибыль, направленная на благотворительность. Основная часть товаров и услуг предоставляется спонсорами, партнёрами и волонтерами, поэтому их себестоимость достаточно низкая. Также при формировании цены необходимо помнить, что благотворительный продукт должен быть доступным для потребителя, а также удовлетворять его потребности.

### **Сбытовая политика (Place).**

Не смотря на то, что благотворительный фонд производит два продукта для жертвователей, места их распространения очень схожи, меняются только методы. Оба продукта распространяются в местах большого скопления людей. Обычно это праздники городского масштаба (День туризма, День города, Благотворительный бал). Только в 20% случаев благотворительный фонд «Берег надежды» самостоятельно организует масштабные мероприятия. 80% акций — это совместные мероприятия с другими организациями (Областная художественная галерея, БФУ им. И. Канта, агрофабрика «Натурово» и др.). Все места распространения продукта определяются с учётом степени концентрации целевой аудитории. Основной сегмент, на который направлены действия фонда по привлечению средств — трудоспособное население Калининграда со средними и выше доходами, у которых есть маленькие дети.

### **Коммуникационная политика (Promotion).**

Обычно продвижение производится с помощью размещения информации на официальном сайте благотворительного фонда, а также на страницах в социальных сетях. В освещении мероприятий часто задействованы информационные партнёры фонда:

- Комсомольская правда в Калининграде;
- Газета «Страна Калининград»;
- Klops.ru;
- Телерадиокомпания «Каскад»;
- Международный деловой журнал «Точка»;
- Журнал Celebrista;
- Супермаркет «Виктория» (аудиоролик в супермаркете).

При проведении мероприятия в другой городе области, для дополнительного информирования граждан привлекаются местные печатные СМИ. Другие методы информирования населения не используются.

### **Физическое окружение (Physical evidence).**

В концепции marketing-mix данный инструмент включает в себя все материальные и визуальные объекты, с помощью которых потребитель может сформировать свои ожидания относительно предлагаемой услуги.

Офис благотворительного фонда — находится в центре города, в бизнес-центре. Просторный, светлый, стандартно

оформлен. В офисе всегда можно увидеть работы подопечных благотворительного фонда, но сложно назвать его уютным местом, которое ассоциируется с фондом, помогающим детям.

Фирменный стиль — у благотворительного фонда «Берег надежды» отсутствует ярко выраженный фирменный стиль. В 2015 году был сформирован новый логотип фонда: стилизованная птица синего цвета с веточкой в клюве, символизирующая надежду.

Сайт — одновременно с логотипом был сформирован новый сайт в фирменных цветах (синий и белый) с более удобной навигацией и более чёткой информацией.

Отчётность — благотворительный фонд ведёт открытую для населения отчётность. Вся информация о полученных и потраченных средствах находится на сайте фонда.

Мероприятие — каждое мероприятие имеет разное наполнение, но основные составляющие следующие: атмосфера, оформление, волонтеры, место.

### Процесс (Process).

Алгоритм действий благотворительного фонда следующий:

1. Получение заявки на помощь в сборе средств для определённого ребёнка, нуждающимся с срочной медицинской помощи, формирование документальной базы;
2. Определение необходимой суммы (суммируется стоимость всех медицинских и сопутствующих услуг, которые необходимы ребёнку);
3. Поиск методов сбора денежных средств, выбор формата фандрайзингового мероприятия;
4. Составление плана мероприятий и их подготовка (поиск партнёров, площадки, исполнителей, инвентаря, решение организационных вопросов);
5. Реализация мероприятий и их анализ.

Проблема заключается в том, что зачастую благотворительный фонд работает параллельно с десятком детей, поэтому все процессы переплетаются. Также всё усложняется тем, что в основном все процессы ведёт один человек — исполнительный директор.

### Люди (People).

Одна из проблем, с которой сталкивается благотворительный фонд «Берег надежды» — отсутствие своего полноценного штата сотрудников. На данный момент основные сотрудники это: исполнительный директор, руководитель проекта, бухгалтер, специалист по связям с общественностью (последние два сотрудника работают на неполную ставку). Нехватка сотрудников напрямую влияет на количество, качество и масштаб мероприятий. К сожалению, у фонда недостаточно финансирования, которое бы позволило расширить штат сотрудников.

### Партнёрские отношения (Partnerships).

Под партнёрскими отношениями в данном случае понимается долгосрочное и успешное взаимодействие бла-

готворительного фонда со своими соратниками (волонтеры, спонсоры, партнёры, сторонние НКО, СМИ). Между участниками формируется приемлемая для обеих система сотрудничества, в рамках которой будет проходить дальнейшая работа. Это может быть:

- спонсорская помощь, предоставление товаров и услуг;
- помощь в организации мероприятия;
- предоставление инвентаря и площадки на время проведения мероприятия;
- пожертвования на конкретного ребёнка или в фонд;
- финансовая поддержка проекта;
- человеческие ресурсы.

Основные партнёры благотворительного фонда «Берег надежды»:

- Медиагруппа «Западная пресса»;
- Кафе «Ватрушка»;
- Гостиница «Москва»;
- Имидж-лаборатория «Персона»;
- Группа компаний «Вектор»;
- Калининградская художественная галерея;
- Журнал «Celebrista»;
- Музей Янтаря;
- Нефтяная компания «ЛУКОЙЛ»;
- Группа компаний «Виктория»;
- Международный журнал «Точка»;
- Телеканал «Каскад»;
- Телеканал «Россия 1 — Калининград».

Со всеми партнёрами, с которыми решаются совместные финансовые вопросы заключается договор, в котором прописаны основные предмет договора, форма сотрудничества, права и обязанности сторон, зона ответственности каждой из сторон, сроки. С партнёрами, в сотрудничестве с которыми отсутствует материальная составляющая, например волонтеры, договоры не заключаются, все строится на доверии. В связи с этим для благотворительного фонда возникают риски невыполнения обещаний со стороны партнёра.

Комплекс-маркетинга в НКО имеет специфические черты. Следовательно, применение подходы комплекс-маркетинга в НКО и коммерческих организациях должны быть различными. Благотворительный фонд «Берег надежды», за пять лет работы выработал определённый алгоритм действий, сформировал банк партнёров, а также определили наиболее эффективные для себя методы по сбору средств. Не смотря на это, отсутствует системность действий, чувствуется нехватка достаточного количества сотрудников, а методы, используемые фондом стали менее эффективны из-за стандартного подхода. Следует пересмотреть все инструменты маркетинга-микс, оптимизировать все имеющиеся ресурсы для более эффективной работы фонда, а также найти возможность вести подконтрольную комплексную маркетинговую деятельность организации. Дальнейшие исследования будут направлены на уточнение критериев исследования и разработке рекомендаций.





Согласно представленным данным, по КАСКО ОСАО «Ресо-Гарантия» переместилась с третьего на первое место, сместив ГК «Росгосстрах», в то же время ГК «Росгосстрах» по страхованию жизни, поднявшись на одну позицию и сместив СК «Ренессанс Жизнь», заняла второе место. В сегменте страхования от несчастных случаев успехов добилась ГК «Согаз» поднявшись с пятого на третье место и сместив страховую компанию «Спектр-Авиа С».

На состоянии рынка страхования сказываются изменения уровня потребительской активности в смежных отраслях, например падение спроса на новые автомобили. Продажи новых легковых автомобилей в России

в 2015 году сократились на 36 %, при этом в декабре 2015 года продажи снизились на 45,7 % по сравнению с тем же месяцем 2014 года [4]. Сокращение числа покупаемых населением автомобилей прямо воздействует на объем страховых премий, поступающим по таким видам страхования, как КАСКО и ОСАГО.

В настоящих условиях страховым компаниям все сложнее становится поддерживать уровень рентабельности и сохранять финансовую устойчивость.

Данные, характеризующие состояние национального страхового рынка за период 2013–2015 гг., представлены в таблице 2.

Таблица 2. Динамика показателей страхового рынка РФ в 2013–2015 гг.

Показатель	2013 год	2014 год	2015 год
<b>Страховые премии, всего (млн руб.)</b>	<b>901077,9</b>	<b>983400,6</b>	<b>1023819,3</b>
в том числе:			
по обязательным видам (без учета ОМС)	166865,3	178329,8	246226,3
по добровольным видам	734212,6	805 070,8	777593,0
<b>Страховые выплаты, всего (млн руб.)</b>	<b>419850,7</b>	<b>473469,1</b>	<b>509217,5</b>
в том числе:			
по обязательным видам	95459,8	110007,8	141 754,3
по добровольным видам	324390,9	363461,3	367463,2
Уровень выплат по рынку страхования, %	46,6	48,1	49,7
Уровень выплат по обязательным видам, %	57,2	61,7	57,6
Уровень выплат по добровольным видам, %	44,2	45,2	47,3
Количество субъектов страхового дела в государственном реестре	594	569	505
из них:			
страховых организаций	407	397	346
страховых брокеров	162	147	138
обществ взаимного страхования и перестрахования	25	25	21
Суммарный размер уставного капитала, млн руб.	210610,5	220474,7	208664,2
Количество заключённых договоров страхования, млн шт.	139,6	157,3	143,5
Совокупная страховая сумма по заключённым договорам, млрд руб.	38 934,3	35 251,5	34 975,6
Страховая сумма в расчёте на один договор, руб.	278 898,7	224 103	243 732

Показатели, представленные в таблице, свидетельствуют о том, что объем полученных страховых взносов и произведенных выплат в стране за рассматриваемый период демонстрировал увеличение. Прирост страховых премий составил 13,6 %, выплаты по договорам страхования за тот же период выросли на 21,3 %.

Темп прироста объема страховых выплат значительно превышает темп прироста объема собираемых взносов, что является отрицательной тенденцией, поскольку формируемые за счет премий резервы компании должны увеличиваться пропорционально принимаемым ею рискам в целях обеспечения финансовой устойчивости.

Сегмент добровольного страхования практически в 3 раза по премиям и в 2,5 раза по выплатам превышает сегмент страхового рынка, представленный обязательными видами страхования. Так, за 2015 год по добровольным видам страхования было собрано страховых премий

на сумму 777,6 млрд руб., в то время как по обязательным видам было получено 246,2 млрд руб. В течение того же периода времени по договорам добровольных видов страхования осуществлено выплат на сумму 367,5 млрд руб., по обязательным — 141,8 млрд руб. Однако при этом наблюдалось сокращение количества собранных премий по добровольным видам страхования на 3,5 % по сравнению с предыдущем годом, а количество премий по обязательному страхованию возросло на 38,1 %.

Стоит отметить показатель уровня выплат по страховым операциям, в 2015 году составивший по рынку в целом 49,7 %, по добровольным видам страхования — 47,3 %, по обязательным — 57,6 %. Представленные данные свидетельствуют о более высокой убыточности обязательного страхования по сравнению с добровольным. Уровень выплат по добровольным видам ниже среднего показателя по рынку в целом, а по обязательным видам превышает его.

Капитализация страховщиков способствовала сокращению их численности на 17,6%. Различного рода структурные преобразования привели к тому, что одни страховые компании из-за отсутствия средств для увеличения капитала лишились своих лицензий, вторые подверглись преобразованиям, в результате которых были присоединены к более крупным страховщикам, а третьи закончили свою деятельность. Рост числа заключённых договоров и сбора взносов не помог снизить убыточность страховых сумм, так как более быстрый темп прироста выплат вызвал увеличение соответствующего коэффициента на 3,1%.

Кроме того, страховая сумма на один договор за рассматриваемый период сократилась на 14,4%. Также можно заметить, что в 2015 году на 9,6% сократилось количество заключённых договоров по сравнению с предыдущим годом.

Снижение количества субъектов страхового рынка и одновременное увеличение объема собираемых премий и производимых выплат по договорам страхования говорят о концентрации страхового рынка.

В таблице 3 представлены данные об изменениях, наблюдавшихся в структуре премий и выплат по видам страхования в 2013–2015 гг.

Таблица 3. Динамика структуры страховых премий и выплат по видам страхования в РФ в 2013–2015 гг., %

Вид страхования	2013 год		2014 год		2015 год	
	Премии	Выплаты	Премии	Выплаты	Премии	Выплаты
<b>Добровольное страхование</b>	<b>81,7</b>	<b>77,5</b>	<b>81,9</b>	<b>76,9</b>	<b>76,0</b>	<b>72,2</b>
в том числе:						
страхование жизни	9,4	2,9	11,0	3,0	12,7	4,7
личное страхование, кроме страхования жизни	23,1	24,5	22,2	23,4	20,5	22,5
страхование имущества	43,5	48,0	42,6	47,5	36,6	40,0
страхование гражданской ответственности	3,3	1,7	3,8	2,2	4,0	1,9
страхование предпринимательских и финансовых рисков	2,4	0,4	2,3	0,8	2,2	3,1
<b>Обязательное страхование</b>	<b>18,3</b>	<b>22,5</b>	<b>18,1</b>	<b>23,1</b>	<b>24,0</b>	<b>27,8</b>
в том числе:						
ОСАГО	14,8	18,4	15,3	19,1	21,4	24,3
обязательное страхование, кроме ОСАГО	3,5	4,1	2,8	4,0	2,6	3,5

В 2015 году страховой рынок представлен на 76% по премиям и на 72,2% по выплатам добровольными видами страхования, на 24% по премиям и на 27,8% по выплатам — обязательными видами.

Премии, собираемые по виду страхования жизни, ежегодно увеличиваются и уже составляют 12,7% в совокупном объеме премий, полученных в 2015 году. С 2013 года доля премий по страхованию жизни возросла на 3,3%. Выплаты по виду страхования жизни незначительно увеличились и в 2015 году составили 4,7% в общем объеме выплат.

Страхование жизни не является распространенным видом страхования в России и потому не оказывает существенного воздействия на стимулирование роста страхового рынка. Основной источник развития данного сегмента — банковский канал продаж (заключение договоров страхования жизни в процессе выдачи кредитов), вследствие чего рост здесь находится в прямой зависимости от уровня кредитной активности.

Личное страхование (кроме страхования жизни) представлено такими видами, как страхование от несчастных случаев и болезней и медицинское страхование. За рассматриваемый период доля премий по личному страхованию сократилась с 23,1% до 20,5%, доля выплат снизилась с 24,5% до 22,5%. По данному виду страхования

наблюдается превышение доли выплат по личному страхованию над долей премий.

Наиболее распространенным видом страхования выступает страхование имущества (36,6% премий и 40,0% выплат в 2015 году). Структура страхования имущества почти на 50% представлена страхованием средств наземного транспорта. За 2013–2015 гг. наблюдалось сокращение доли премий по имущественному страхованию на 6,9%, доли выплат — на 8%.

Страхование гражданской ответственности и страхование предпринимательских и финансовых рисков занимают незначительную часть страхового рынка. В 2015 году по данным видам страхования было получено 6,2% страховых премий и осуществлено 5% всех выплат.

Самым проблемным сегментом сегодня остается ОСАГО. В 2015 году страховые компании понесли убыток по данному виду страхования в 23 российских регионах. Согласно данным таблицы 3 доля выплат по ОСАГО значительно превышает долю собранных премий (24,3% и 14,8% соответственно в 2015 году). Действие закона о защите прав потребителей и увеличение лимитов ответственности страховщиков послужило причиной роста уровня убыточности и ограничения продаж со стороны страховых организаций. Повышение тарифов, явившееся следствием увеличения

лимитов ответственности, должно повлиять на уровень убыточности ОСАГО.

Обязательное страхование, кроме ОСАГО включает в себя обязательное государственное страхование жизни и здоровья военнослужащих, страхование ответственности перевозчиков, страхование ответственности предприятий —

владельцев опасных объектов и др. [6, с. 112]. Доля премий по данным видам страхования за период 2013—2015 гг. снизилась с 3,5% до 2,6%, доля выплат — с 4,1% до 3,5%.

На рисунке 1 представлена структура собранных страховых премий по итогам 2015 года в территориальном разрезе.

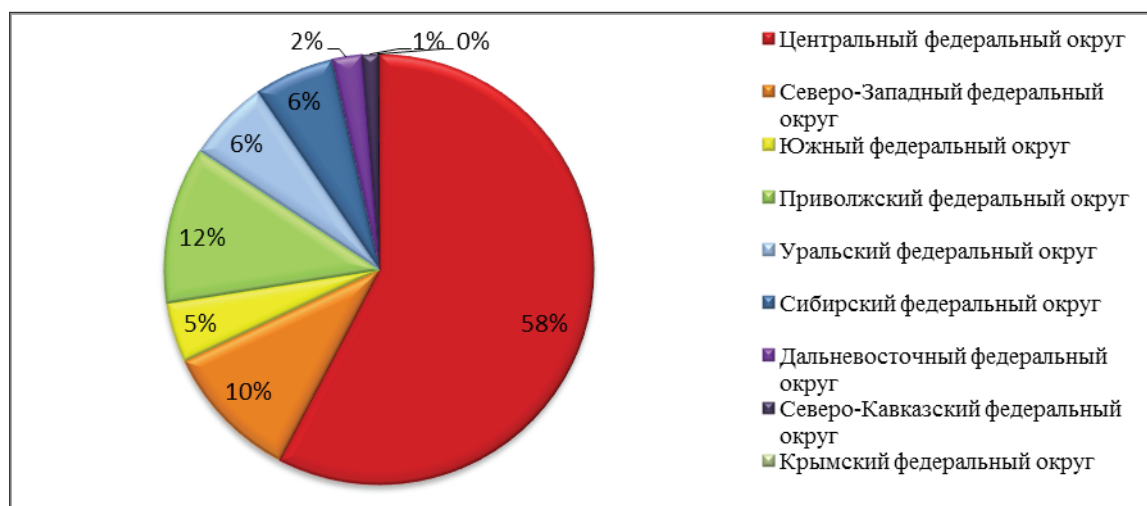


Рис. 1. Доля страховых премий в разрезе федеральных округов РФ в 2015 году

Региональную структуру национального страхового рынка характеризует высокая неравномерность распределения страховых премий по территории страны. Так на долю Центрального федерального округа (ЦФО) в 2015 году пришлось 58% собранных премий. Второе место со значительным отставанием от ЦФО занял Приволжский федеральный округ (12%), третье — Северо-Западный федеральный округ (10%). Сосредоточение страховой деятельности в ЦФО связано с высокой концентрацией капитала и деловой активности в данном регионе.

Рассмотрев современное состояние национального страхового рынка, можно отметить, что несмотря на рост объема страховых операций в 2013—2015 гг., ситуация в страховом секторе остается достаточно сложной, поскольку находится под негативным влиянием общего экономического кризиса. Произошло снижение реального уровня заработной платы и располагаемых доходов населения, вследствие чего сократились продажи новых легковых автомобилей. Снизились инвестиции в основной ка-

питал организаций, что повлекло уменьшение активности населения и бизнеса на страховом рынке. В 2014—2015 гг. основным локомотивом рынка выступило ОСАГО. Премии по данному виду страхования увеличились на 6,1% вследствие повышения тарифов, принятых в конце 2014 года. Помимо этого, еще два сектора страхования оказали некоторую поддержку рынку в данный период. Это страхование жизни, показавшее прирост 3,3%, и страхование гражданской ответственности, увеличившееся на 0,7%.

Перспективы развития отечественного страхового рынка и рост значимости страхования как инструмента управления рисками связаны, в первую очередь, со стабилизацией экономического положения страны, повышением уровня жизни населения, осуществлением мер, запланированных в Стратегии развития страховой деятельности до 2020 года, поддержанием финансовой устойчивости страховых компаний, разработкой новых и эффективных страховых продуктов и повышением страховой культуры населения.

Литература:

1. Распоряжение Правительства РФ от 22.07.2013 г. № 1293-р «Об утверждении Стратегии развития страховой деятельности в Российской Федерации до 2020 года» [Электронный ресурс] / Справочная правовая система «Консультант Плюс» — Разд. «Законодательство».
2. Аксютин С. В. Страховой рынок РФ: проблемы и перспективы [Текст] / С. В. Аксютин // Проблемы развития территории. — 2014. — № 3. — С. 49—54.
3. Кабанцева, Н. Г. Современное состояние и тенденции развития российского страхового рынка [Текст] / Н. Г. Кабанцева // Поволжский торгово-экономический журнал. — 2015. — № 2. — С. 14—19.

4. Пресс-релиз «Продажи легковых и легковых коммерческих автомобилей в России в 2015 году»: Ассоциация европейского бизнеса [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://www.asroad.org/stat/avtostat/rus\\_car-sales-in-2015.pdf](http://www.asroad.org/stat/avtostat/rus_car-sales-in-2015.pdf)
5. Сайт Центрального банка РФ [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://www.cbr.ru/finmarkets/?PrId=sv\\_insurance](http://www.cbr.ru/finmarkets/?PrId=sv_insurance).
6. Федорова, Т. А. Страхование [Текст]: учебник / Т. А. Федорова. — М.: Экономистъ, 2014. — 875 с.

## Специфические особенности ведения бухгалтерского учета страховой организации

Головина Алина Викторовна, магистр;  
Калуцкая Наталья Алексеевна, кандидат экономических наук, доцент  
Белгородский государственный национальный исследовательский университет

В силу специфики страховой деятельности система бухгалтерского учета в страховой отрасли значительно отличается от иных секторов экономики. Вследствие того, что страхование затрагивает интересы большого количества потребителей, оно представляет собой один из наиболее регулируемых государством видов деятельности, к финансовой отчетности которого предъявляются повышенные требования.

Бухгалтерская отчетность страховой компании содержит показатели деятельности всех ее филиалов и других подразделений, выделенных на отдельный баланс и не являющихся юридическими лицами. Данные по отдельным операциям, активам, обязательствам, поступлениям и расходам отражаются в отчетности обособленно в случае, если их отсутствие может повлиять на верную оценку финансового положения компании заинтересованными пользователями. Каждый показатель, имеющий существенное значение приводится отдельно, несущественные могут объединяться в общую сумму. Показатель, отношение значения которого к общему итогу соответствующих данных за отчетный период составляет не менее 5%, является существенным.

Одно из важнейших требований, предъявляемых к бухгалтерской отчетности страховой компании — обеспечение ее публичности. Эта информация должна являться открытой для учредителей, инвесторов, кредитных организаций, страхователей, банков и других заинтересованных пользователей, что позволяет им получать необходимые сведения о финансовом положении страховой организации. Ежегодно для широкого пользования в официальной печати публикуются основные финансовые документы — бухгалтерский баланс и отчет о прибылях и убытках.

Годовая и промежуточная бухгалтерская отчетность представляется страховыми организациями в обязательном порядке в Центральный банк РФ. Согласно Указанию Банка России от 30 ноября 2015 года № 3860-У «О формах,

сроках и порядке составления и представления отчетности страховыми организациями и обществами взаимного страхования в Центральный банк Российской Федерации», страховщики предоставляют следующие типовые формы отчетности [4]:

- 1) отчет о филиалах и представительствах;
- 2) отчет об акционерах (участниках) и иных аффилированных лицах;
- 3) отчет о составе и структуре активов;
- 4) отчет о страховых резервах;
- 5) отчет о платежеспособности;
- 6) отчет об операциях перестрахования;
- 7) отчет о структуре финансового результата по видам страхования;
- 8) сведения о сделках;
- 9) сведения о привлеченных средствах;
- 10) сведения о выданных поручительствах, независимых гарантиях и других обеспечениях исполнения обязательств.

Структура форм бухгалтерской отчетности страховой компании аналогична отчетности предприятий других отраслей экономики. Специфические особенности отчетности страховой организации находят свое отражение в содержании отдельных разделов, статьях форм бухгалтерской отчетности.

Бухгалтерская отчетность страховой организации состоит из документов, представленных на рисунке 1.

Бухгалтерский баланс страховой компании является основным итоговым документом финансовой отчетности. Форма баланса страховой организации утверждена приказом Министерства финансов РФ от 27 июля 2012 года № 109н «О бухгалтерской (финансовой) отчетности страховщиков».

Аналогично балансам иных предприятий, баланс страховой компании имеет две составляющие: актив и пассив, итоговые суммы которых должны быть равны между собой.

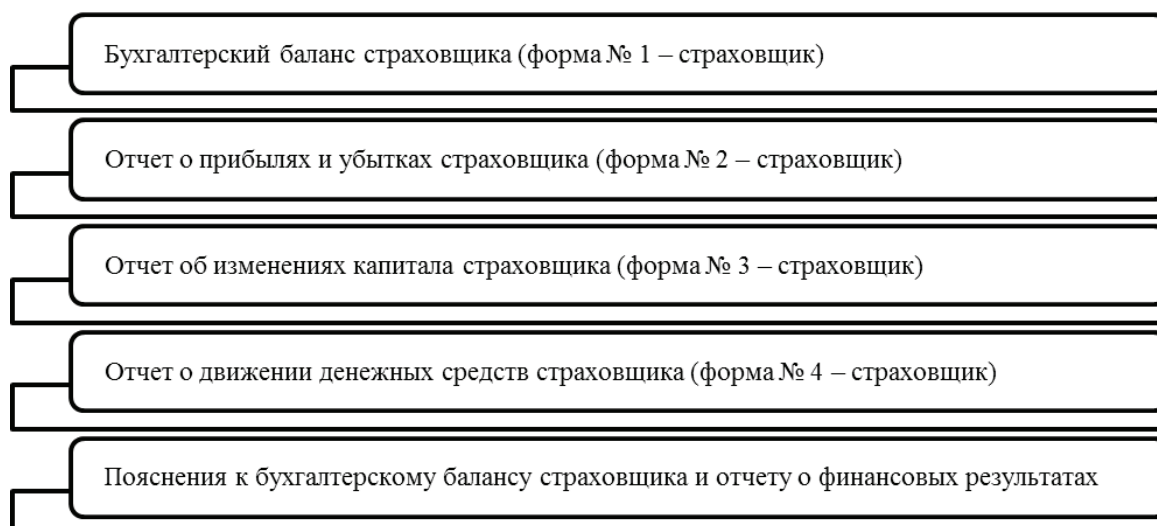


Рис. 1. Бухгалтерская (финансовая) отчетность страховой организации

Актив — это совокупность имущества, находящегося в собственности компании. Статьи активной части включают в себя как материальные, так и нематериальные ценности. Отраслевая специфика страховой деятельности находит свое отражение в составе актива баланса, а именно во включении таких статей, как [5, с. 73]:

- депо премии по рискам, принятым в перестрахование;
- доля перестраховщиков в страховых резервах;
- дебиторская задолженность по операциям страхования и сострахования и т. д.

Если страховая компания ведет активную инвестиционную деятельность, то большая доля ее активов приходится на финансовые вложения в ценные бумаги, недвижимость, в иные организации, банковские вклады и другие инвестиции.

Пассивная часть баланса представляет собой совокупность всех источников формирования средств организации. В пассиве специфические черты страхования показывает раздел «Страховые резервы». Здесь отражаются средства, отложенные страховщиком в резерв для обеспечения исполнения будущих обязательств перед страхователями. Если организация имеет значительный, относительно безубыточный и периодически пополняемый страховой портфель, данный раздел пассива баланса занимает наибольшую его часть. Страховые резервы и собственный капитал компании выступают основными источниками финансирования инвестиционных вложений.

Существенное место в пассиве баланса имеет кредиторская задолженность. Она может быть образована как в результате страховой деятельности, так и по операциям, непосредственно со страхованием не связанным (задолженность перед персоналом по оплате труда, перед бюджетом по налогам и сборам, перед зависимыми предприятиями и т. д.).

Таким образом, в балансе страховой организации приводятся конечные результаты всех управленческих решений, которые были приняты в финансовой (пассив баланса) и инвестиционной (актив баланса) деятельности.

Отчет о прибылях и убытках страховой организации содержит финансовые результаты деятельности компании по операциям страхования, сострахования, перестрахования и другим операциям. Отчет состоит из трех разделов, где после соизмерения доходов и расходов выявляется конечный финансовый результат [6, с. 25]:

- 1) Страхование жизни.
- 2) Страхование иное, чем страхование жизни.
- 3) Доходы и расходы, не связанные со страховыми операциями.

Данный отчет включает подробное описание элементов, из которых формируется чистая прибыль либо убыток после уплаты налоговых платежей.

Отчет о движении денежных средств страховой организации отражает сведения о поступивших и выплаченных денежных средствах, прибыльности и платежеспособности организации. В отчете отдельно выделяются денежные потоки по текущим, инвестиционным и финансовым операциям страховщика. Текущая деятельность связана с осуществлением операций по страхованию, сострахованию и перестрахованию, а также с расходами, их сопровождающими. Инвестиционная деятельность предполагает осуществление инвестиций за счет средств страховых резервов, а также собственных средств компании в целях получения дохода в виде процентов, дивидендов и прочих поступлений, а также продажу этих активов. Финансовая деятельность страховщика связана с выпуском акций, облигаций и иных ценных бумаг, получением займов, выплатой дивидендов, процентов по кредитам и т. д.

Специфика страховой деятельности нашла свое отражение также в построении Плана счетов страховой организации, который значительно отличается от Плана счетов коммерческих организаций. Его особенностями является отсутствие счетов, предназначенных для учета производственных затрат, готовой продукции, продажи продукции (работ, услуг) и др. Причиной является то, что страховая организация не занимается торгово-посреднической и производственной деятельностью.

В настоящий момент страховые организации руководствуются Планом счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций, утвержденный приказом Министерства финансов РФ от 31.10.2000 г. №

94н. Приказом Министерства финансов РФ от 04.09.2001 г. № 69н единый план был дополнен четырьмя специальными счетами для учета деятельности страховых организаций (рис. 2).

<p><b>Счет 22 «Выплаты по договорам страхования, сострахования и перестрахования»</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•22.1 «Страховые выплаты по договорам страхования (основным)»;</li> <li>•22.2 «Страховые выплаты по договорам страхования, сострахования, перестрахования»;</li> <li>•22.3 «Страховые выплаты по договорам, принятым в перестрахование»;</li> <li>•22.4 «Доля перестраховщиков в страховых выплатах»;</li> <li>•22.5 «Возврат страховых премий (взносов) и выкупные суммы»;</li> <li>•22.6 «Страховые премии (взносы), возвращенные от перестраховщиков»</li> </ul>
<p><b>Счет 78 «Расчеты по страхованию, сострахованию и перестрахованию»</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•78.1 «Расчеты по страховым премиям (взносам) со страхователями»;</li> <li>•78.2 «Расчеты со страховщиками, участниками договора сострахования»;</li> <li>•78.3 «Расчеты по договорам, принятым в перестрахование»;</li> <li>•78.4 «Расчеты по договорам, переданным в перестрахование»;</li> <li>•78.5 «Расчеты по страховым премиям со страховыми агентами, страховыми брокерами»;</li> <li>•78.6 «Расчеты по депо премий»;</li> <li>•78.7 «Расчеты со страховыми агентами, страховыми брокерами по вознаграждению»</li> </ul>
<p><b>Счет 92 «Страховые премии (взносы)»</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•92.1 «Страховые премии (взносы) по договорам страхования (основным)»;</li> <li>•92.2 «Страховые премии (взносы) по договорам сострахования»;</li> <li>•92.3 «Страховые премии (взносы) по договорам, принятым в перестрахование»;</li> <li>•92.4 «Страховые премии (взносы) по договорам, переданным в перестрахование»</li> </ul>
<p><b>Счет 95 «Страховые резервы»</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•По видам страховых резервов, долям перестраховщиков в страховых резервах и по результатам их изменений</li> </ul>

Рис. 2. Счета, применяемые страховыми организациями в процессе осуществления своей деятельности

Счета 22, 78 и 92 предполагают наличие различных субсчетов, отражающих процесс прямого страхования (по основным договорам страхования), сострахования и перестрахования. На счете 95 субсчета открываются по видам страховых резервов, долям перестраховщиков в них, а также по итогам их изменения.

Помимо прочего, Приказ № 69н оговаривает возможность применения страховой организацией счета 26 «Общехозяйственные расходы» в целях обобщения информации о расходах по заключенным договорам страхования, сострахования и перестрахования, прочих расходах, связанным с данными операциями, а также расходах по управлению компанией. Следовательно, аккумуляция расходов по основной деятельности страховщиками осуществляется на счете 26, в то время как счет 20 в таком случае вообще не используется.

В то время как коммерческие организации применяют отдельные счета для отражения результатов от основной деятельности (счет 90 «Продажи») и результатов от прочей деятельности (счет 91 «Прочие доходы и рас-

ходы»), позже переносимые общей суммой на счет 99 «Прибыли и убытки», страховые организации отдельный счет для определения результатов от основной деятельности не используют.

Пункт 12 Приказа № 69н гласит о том, что «... на счете 99 «Прибыли и убытки» в течение отчетного года страховыми организациями отражаются [2]:

- сальдо страховых премий за отчетный период — в корреспонденции со счетом 92 «Страховые премии (взносы)»;
- сальдо страховых выплат за отчетный период — в корреспонденции со счетом 22 «Выплаты по договорам страхования, сострахования и перестрахования»;
- сальдо изменения страховых резервов и доли перестраховщиков в них — в корреспонденции со счетом 95 «Страховые резервы»;
- расходы страховой организации, связанные с оформлением договоров страхования, сострахования и перестрахования, прочие расходы, связанные с осу-

ществлением страховых операций и управлением организацией — в корреспонденции со счетом 26 «Общехозяйственные расходы»;

- сальдо прочих доходов и расходов за отчетный месяц — в корреспонденции со счетом 91 «Прочие доходы и расходы».

Таким образом, результаты от основной деятельности страховщика учитываются лишь при формировании общего финансового результата компании.

Подводя итог, можно отметить, что бухгалтерский учет страховых компаний имеет существенные отличия от классического бухгалтерского учета, причины чего заложены

в особенностях страховой деятельности. Наиболее ярко это проявляется в построении Плана счетов страховых организаций. Страховщики применяют общепринятые нормативы относительно учета основных средств, материалов, капитальных вложений, денежных средств, расчетов с персоналом, с бюджетом и т. д. Учет таких операций страховые организации осуществляют аналогично другим хозяйствующим субъектам. В то же время в Планах счетов страховщиков отсутствуют счета, предназначенные для учета производственной и торговой деятельности, однако имеют место счета, используемые для отражения страховых операций.

#### Литература:

1. Приказ Министерства финансов РФ от 31.10.2000 г. № 94н «Об утверждении Плана счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций и Инструкции по его применению» [Электронный ресурс] / Справочная правовая система «Консультант Плюс» — Разд. «Законодательство».
2. Приказ Министерства финансов РФ от 04.09.2001 г. № 69н «Об особенностях применения страховыми организациями Плана счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций и Инструкции по его применению» [Электронный ресурс] / Справочная правовая система «Консультант Плюс» — Разд. «Законодательство».
3. Приказ Министерства финансов РФ от 27.07.2012 г. № 109н «О бухгалтерской (финансовой) отчетности страховщиков» [Текст] // Бюллетень нормативных актов федеральных органов исполнительной власти. — 2012. — № 41.
4. Указание Банка России от 30.11.2015 г. № 3860-У «О формах, сроках и порядке составления и представления отчетности страховыми организациями и обществами взаимного страхования в Центральный банк Российской Федерации» [Текст] // Вестник Банка России. — 2015. — № 121.
5. Бороненкова, С. А. Бухгалтерский учет и экономический анализ в страховых организациях [Текст]: учебник / С. А. Бороненкова, Т. И. Буянова. — М.: Инфра-М, 2015. — 314 с.
6. Передня, С. С. Финансовый анализ в страховой организации [Текст]: учебно-методическое пособие / С. С. Передня, Е. Ю. Грузинская. — Н. Новгород: ННГУ, 2014. — 41 с.

## Потребительское кредитование и его роль в повышении благосостояния населения страны

Голозубова Наталья Владимировна, магистрант  
Тюменский государственный университет

В современных условиях потребительское кредитование представляет собой один из самых популярных видов банковских операций в большом количестве развитых государств, на него приходится около 80% всех запросов.

Актуальность рассматриваемой темы обусловлена тем, что на сегодняшний день проблеме потребительского кредитования обращается значительное внимание в связи с тем, что в условиях мирового финансового кризиса кредитным учреждениям пришлось изменить политику предоставления потребительских кредитов.

На данный момент осуществляется ужесточение требований к заемщикам, повышение процентных ставок по кредитам, который означают теперь практический отказ в выдаче кредитов, прекращаются выдачи кредитов с ну-

левым или минимальным первоначальным взносом, повысился размер первоначального взноса до 30% от суммы кредита, сокращаются, а некоторыми банками и совсем прекращаются, ипотечные программы и программы автокредитования.

Основная суть потребительского кредитования заключается в предоставлении кредита, выдаваемого банком, физическим лицам на потребительские цели, не связанные с предпринимательской деятельностью. Это может быть не только получение наличных, но и отсрочка платежа или предоставление кредитной карты.

В современных условиях потребительское кредитование получило обширное распространение в развитых государствах в первую очередь потому, что с помощью при-

менения этой технологии финансирования покупок резким образом увеличивается емкость рынка по целому спектру потребительских товаров и недвижимости.

Развитие потребительского кредитования в западных странах обусловлено не только постоянным и возрастающим спросом на данную услугу, но еще и тем, что в развитых государствах сформированы необходимые экономические, политические, юридические условия, которые способствуют, с одной стороны, повышению потребительского спроса, а, значит, развитию экономики, а с иной — повышению благосостояния населения.

В Российской Федерации также прослеживается стремительный рост потребительского кредитования. Оно получило наибольшее доверие и обширное распространение среди населения страны, поскольку представляет собой одну из более удобных форм кредитования для физических лиц [3].

Потребительское кредитование позволяет гражданам осуществлять решение насущных вопросов, которые взаимосвязаны с потребностями в товарах либо услугах и недостатком денежных средств.

Однако предоставляют денежные средства под проценты на сегодняшний день можно не только коммерческие банки. На современном рынке потребительского кредитования в настоящее время функционирование примерно 700 российских коммерческих банков, 4000 ломбардов и 350 кредитных потребительских кооперативов граждан. Тем не менее, самыми активными операторами рынка потребительского кредитования являются коммерческие банки [5].

Потребительское кредитование ускоряет получение населением необходимых благ (товаров или услуг), которыми оно могло бы обладать лишь в будущем — при условии накопления суммы денежных средств, которая необходима для покупки определенных товарно-материальных ценностей или услуг, строительства и других потребностей.

Выдача потребительских кредитов населению, с одной стороны, повышает его текущий платежеспособный спрос, увеличивает жизненный уровень, с иной — осуществляет ускорение реализации товарных запасов, услуг, содействует повышению капитала производителей товаров.

Рассрочка погашения кредитов дает возможность населению осуществлять постепенное накопление денежных средств для разнообразных платежей. В ходе погашения потребительских кредитов у населения сокращается на соответствующую сумму платежеспособный спрос, что следует учитывать при установлении объема и структуры товарооборота, платных услуг, динамики доходов и расходов населения, денежной массы в обращении [4].

Рост благосостояния населения страны является самым важным фактором развития потребительского кредитования.

Удовлетворение потребительских нужд населения страны представляет собой достаточно сложный процесс взаимодействия доходов и расходов населения. Удовлетво-

рение находящегося в зависимости от величины доходов объема потребительских расходов населения осуществляется полностью или частично. В случае частичного удовлетворения расходов доходами у населения происходит возникновение неудовлетворенных потребностей. В зависимости от величины доходов является возможным удовлетворение данных потребностей через механизм сбережений. Причем для отличающихся по уровню доходов групп населения необходимо различное время для накопления сбережений с целью удовлетворения возникших потребностей. В данном случае образуется временный разрыв между моментом возникновения потребностей и моментом их удовлетворения. Уменьшение временного разрыва является возможным посредством кредитования населения [2].

Самым важным кредитором населения страны является ОАО «Сбербанк России». Согласно данным на 1 сентября 2015 года, общий портфель «Потребительский кредит» Сбербанка России равен 1,471 трлн. Рублей [9].

При этом Сбербанк России прогнозирует рост рынка кредитования в общем по финансовой системе в следующем году на уровне 15% [10]. Чтобы осуществить удовлетворение потребностей граждан, в ОАО «Сбербанк России» осуществляется разработка и введение всё более новых перспективных видов кредитования. За последние несколько лет условия по кредитам изменялись многократно, основными векторами данных изменений является наибольшее удобство для заёмщиков, уменьшение процентных ставок и повышение сроков.

В настоящее время мировой финансовый кризис достаточно острым образом наметил проблему дисбаланса развития банковской системы и реального сектора экономики множества государств мира и, в частности, России. Проблема состоит в том, что российская банковская система не в состоянии исполнять свою важнейшую роль: кредитора и аккумулятора денежных средств, а реальный сектор экономики не в состоянии обеспечивать рост валового внутреннего продукта.

Роль потребительского кредита в преодолении финансового кризиса состоит в том, что оно в немаловажной мере осуществляет стимулирование эффективности труда, дает возможность достичь существенных положительных результатов в повышении уровня жизни населения, способствует ускорению оборачиваемости денежных средств, а, следовательно, содействует стимулированию банковской системы, которая в свою очередь содействует развитию реального сектора экономики. Осуществляя стимулирование расширения рынка сбыта товаров, увеличения скорости денежного обращения, потребительское кредитование дает возможность повышать жизненный уровень россиян, поскольку помогает приобретать товары и услуги еще до того, как покупатель в состоянии его оплатить [6].

Потребительское кредитование выступает в роли инструмента удовлетворения разнообразных потребительских нужд граждан страны, обладает двойственной экономической природой и занимает промежуточное положение



между двумя функциональными формами банковского кредитования — денежной ссудой и ссудой капитала. С одной стороны, банковское потребительское кредитование обладает некоторыми родственными чертами, как с денежной ссудой, так и со ссудой капитала. С иной стороны, для банковского потребительского кредитования свойственен целый ряд фундаментальных специфических свойств, которые отсутствуют у банковской денежной ссуды и банковской ссуды капитала, что дает возможность рассматривать этот вид банковского кредитования в виде отдельной самостоятельной функциональной формы [7].

Таким образом, потребительское кредитование имеет очень значимую роль как в развитии экономики, то есть росте совокупного спроса, так и в увеличении благосостояния населения. Данный сегмент рынка обладает очень высоким потенциалом, и его дальнейшее развитие является необходимым. Этот вид кредитования стимулирует реализацию товаров и услуг, экономит издержки обращения, приносит кредиторам значительные доходы и прибыль. В свою очередь население получает возможность приобретать нужную вещь в момент ее наивысшей актуальности для потребителей.

На данный момент на рынке потребительского кредитования существует довольно большое количество разнообразных проблем, и рассматриваемый вид кредитования является самым рискованным.

Но все же перспективы для развития потребительского кредитования в России, тем не менее, есть, при условии ликвидации всех проблем и совершенствования кредитной системы в целом. Так, к настоящему времени в экономике России сформировалась ситуация, которая располагает к росту потребительского кредитования. Для чего необходимы три значимых фактора: рост доходов населения, стремительное развитие розничной торговли, уменьшение стоимости кредита, что, в общем, является результатом ма-

кроэкономической стабилизации. Все же не так давно ситуация стала изменяться. Рост рынка заметным образом приостановился, и некоторые аналитики даже прогнозируют в ближайшем будущем отрицательную динамику развития [1].

Значит, можно констатировать, что перспективы развития потребительского кредитования в стране являются довольно неоднозначными, с одной стороны оно представляет собой наиболее удобную форму кредитования населения для приобретения товаров и услуг, тем не менее, на настоящий момент существует большое количество проблем, которые сдерживают развитие потребительского кредитования. Только после ликвидации этих проблем и совершенствования кредитной системы можно говорить о последующем развитии и тенденциях к росту потребительского кредитования в стране [8].

Тем не менее, необходимо сказать, что потребительское кредитование представляет собой неотъемлемую часть современного розничного рынка. В течение последних нескольких лет российский рынок потребительского кредитования претерпевал стадию быстрого развития. Целью функционирования сферы потребительского кредитования является повышение доходов банков, удовлетворение потребностей населения в товарах и услугах за счет кредитных ресурсов, расширение покупательской возможности населения, повышение экономического потенциала государства.

В заключение можно сделать вывод, что потребительский кредит является очень сильным фактором подъема народного благосостояния. В современных условиях потребительские кредиты имеют очень значимую роль в развитии экономики государства. Данный сегмент рынка имеет достаточно высокий потенциал, существует необходимость не только в его дальнейшем развитии, но также ориентированность на большую часть населения.

#### Литература:

1. Бухвостова Ю. О. Потребительское кредитование населения: современные тенденции, прогноз развития, факторы роста популярности [Текст] / Ю. О. Бухвостова // Интеллектуальный потенциал XXI века: ступени познания. — 2012. — № 10–2. — С. 70–73.
2. Лиман И. А., Каримова Л. Т. Роль потребительского кредитования в повышении благосостояния населения страны / И. А. Лиман, Л. Т. Каримова // Современные научные исследования и инновации. — 2012. — № 6 [Электронный ресурс]. — URL: <http://web.snauka.ru/issues/2012/06/14994> (дата обращения: 06.05.2016).
3. Мокеева Н. Н., Харина П. А. Потребительское кредитование в современной России: тенденции и ожидания [Текст] / Н. Н. Мокеева, П. А. Харина // Международный журнал экспериментального образования. — 2014. — № 5–2. — С. 115–117.
4. Непомнящих А. В. Вопросы совершенствования банковского потребительского кредитования в РФ [Текст] / А. В. Непомнящих // Банковские услуги. — 2008. — № 1. — С. 25–36.
5. Степанова О. А., Орлова С. А., Шпортова Т. В. Потребительское кредитование в России: проблемы и пути решения [Текст] / О. А. Степанова, С. А. Орлова, Т. В. Шпортова // Фундаментальные исследования. — 2015. — № 2–13. — С.2930–2932.
6. Федорченко И. А., Дворников И. А. Кредитование физических лиц: проблемы и перспективы развития [Текст] / И. А. Федорченко, И. А. Дворников // Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд. — 2014. — № 27. — С.159–163.

7. Чердынцев Г. М., Маташкова С. Н. Некоторые проблемы потребительского кредитования в современных условиях [Текст] / Г. М. Чердынцев, С. Н. Маташкова // Вестник ОмГУ. Серия: Экономика. — 2007. — № 3. — С. 102–103.
8. Черник К. С. Тенденции развития рынка потребительского кредитования [Текст] / К. С. Черник // Молодежный сборник научных статей «Научные стремления». — 2015. — № 13. — С. 61–64.
9. Официальный сайт Центрального Банка Российской Федерации [Электронный ресурс]. — Режим доступа: URL: <http://www.cbr.ru/credit/coinfo.asp?id=450000347> (дата обращения: 06.05.2016).
10. Официальный сайт ОАО «Сбербанк России» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: URL: <http://www.sberbank.ru/ru/about/today> (дата обращения: 06.05.2016).

## Оценка современного состояния рынка потребительского кредитования в России

Голозубова Наталья Владимировна, студент  
Тюменский государственный университет

Развитие кредитования является одним из главных условий функционирования банковской системы в целом, а также необходимостью для экономического развития страны. Кредитование населения банками как один из видов банковского кредитования играет значительную роль: способствует повышению благосостояния населения. Его роль значительно возрастает в России в современных условиях, в том числе, под влиянием финансовой глобализации и макроэкономической ситуации.

За последние несколько лет объемы кредитования банками населения возрастали, а темпы их роста падали. [6; 7; 9; 10]. В результате возросла роль кредита в финансировании потребительских расходов населения, а отношение объемов кредитования населения к ВВП достигло уровня развитых стран.

Значительный рост кредитования населения в России стал важным фактором развития банковской системы и экономики в целом. На современном этапе экономического развития важное место в поиске путей выхода России из кризисного состояния занимает дальнейшее совершенствование форм кредита, выработки взвешенных подходов к реализации банковскими учреждениями кредитной политики, формирование продуктивной кредитной системы и эффективное управление ее рисками. Несмотря на то, что сейчас банковские учреждения несколько замедлили свою деятельность на рынке кредитования физических лиц, потребность в дальнейшем исследовании теоретических и практических вопросов потребительского кредитования населения остается весьма актуальной.

Проблемы развития потребительского кредитования населения в научной литературе достаточно исследуемый вопрос. Фундаментальные основы его сущности и функционирования исследованы такими учеными, как: А. Смит, Э. Дж. Долан, В. Лексис, Т. Тук, Е. Рид, Р. Коттер, М. Туган-Барановский, Дж. Синки. Весомый вклад в исследование потребительского кредита сделали ученые: М. Алексеев, О. Евтух, Е. Жуков, Б. Ивасив, А. Казимагомедов, О. Лаврушин, В. Лагутин, А. Мороз, Г. Панова, М. Савлук, Р. Тиркало и другие.

Объективную необходимость кредитования населения обуславливают два взаимосвязанных факта: потребность населения в приобретении тех или иных товаров и услуг часто опережает возможности их денежного обеспечения, т. е. существует разрыв между размерами текущих денежных доходов населения и относительно высокими ценами на имущество длительного пользования или дорогостоящими услугами; субъекты, владеющие свободными денежными ресурсами, благодаря их передаче заемщику на условиях срочности, платности, возвратности имеют возможность получить дополнительные доходы.

Существует много форм кредитов, предоставляемых населению, каждый из них имеет свою специфику. Но всех их объединяет социальная ориентация. Они связаны с инвестированием в человека.

В нормативно-правовых актах России (в письме Банка России от 05.05.2008 г. № 52-Т «О «Памятке заемщика по потребительскому кредиту»), определено, что «... потребительский кредит — это кредит, который предоставляет банк физическому лицу на приобретение товаров (работ или услуг) для личных, бытовых или иных непроизводственных нужд [8].

В соответствии с Федеральным Законом «О потребительском кредите (займе)» N 353-ФЗ от 21 декабря 2013 (с изменениями и дополнениями 21.07.2014) потребительский кредит (заем) — денежные средства, предоставленные кредитором заемщику на основании кредитного договора, договора займа, в том числе с использованием электронных средств платежа, в целях, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности [11].

Основными характерными признаками потребительского кредитования выступают как 2 ссылки после 6 слов: направленный характер предоставления (конкретному лицу на покупку конкретного товара); товаром, на покупку которого берется кредит, зачастую выступают предметы длительного пользования в хозяйстве индивида (бытовая техника, мебель и т. п.); возможность выплаты займа частями (в рассрочку); происходит кредитование конечного потреб-

ления (заемщик имеет возможность пользоваться приобретенным в кредит товаром, а сумму займа выплачивать постепенно) [2, с. 106; 4, с. 18].

Итак, можно предложить следующее определение «потребительский кредит»: потребительский кредит представляет собой товарно-денежные взаимоотношения между заемщиком — потребителем товаров и кредитной организацией по поводу предоставления займа заемщику на покупку конкретного товара — предмета конечного длительного пользования с целью его использования заемщиком в обиходе на условиях срочности и платности частями до полного погашения займа.

В России динамика основных показателей потребительского кредитования в 2014–2015 гг. определялась главным образом ситуацией на внешних рынках, замедлением роста российской экономики, а также изменением курса рубля [1, с. 101; 5, с. 75].

В 2015 году отмечались умеренные темпы прироста кредитования: совокупный объем кредитов экономике (нефинансовым организациям и физическим лицам) возрос на 7,6% (за 2014 год — на 25,9%) и составил 44,0 трлн рублей. Объемы потребительского кредитования в России хотя и характеризуются ежегодным ростом (рис. 1), но при этом снижается их темп роста (таблица 1).

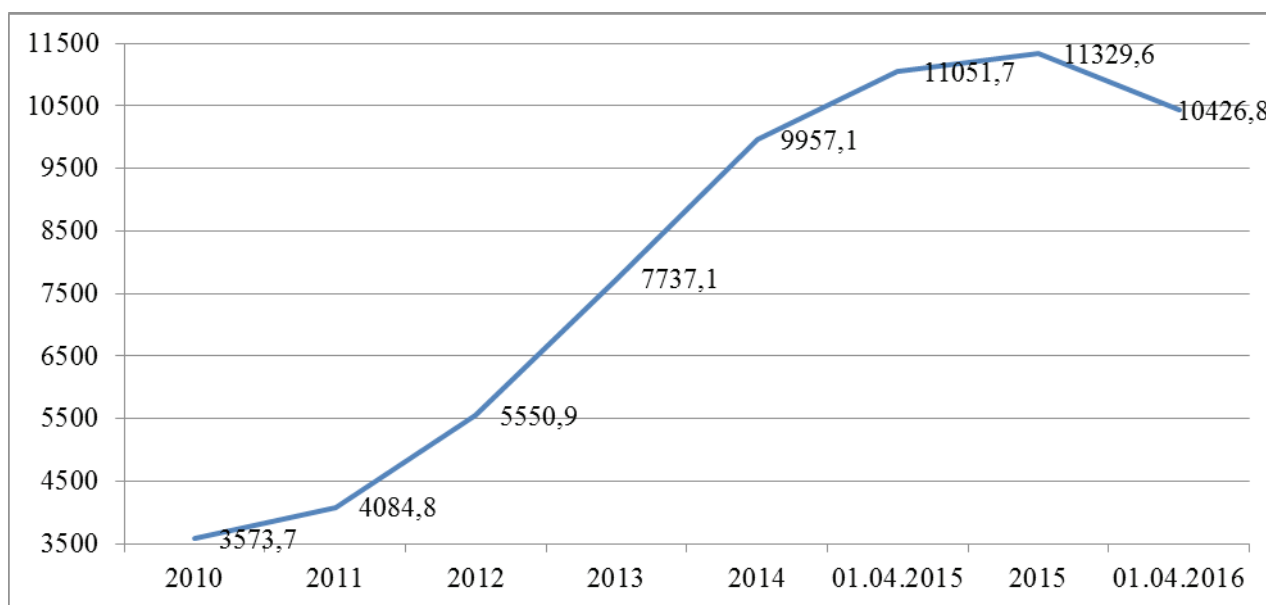


Рис. 1. Объемы потребительского кредитования в России в 2010–2016 гг., млрд.руб. [составлено автором с использованием источников 3; 6; 7; 9; 10]

Так, до 2013 года наблюдался ежегодный темп роста потребительского кредитования в среднем на 20%, с 2014 года наблюдается снижение темпов роста на уровне

12% в год. На 1.04.2016 года объем потребительского кредитования ниже уровня соответствующего периода 2015 года на 5,7%.

Таблица 1. Основные показатели потребительского кредитования в России в 2010–2015 гг. [составлено автором с использованием источников 3; 6; 7; 9; 10]

Год	Абсолютное значение, млрд.руб.					Темп роста к предыдущему году,%		
	всего	в том числе				всего	в том числе	
		в рублях	уд.вес	в ин. валюте	уд.вес		в рублях	в ин. валюте
2010	3573,7	3169,9	88,7	403,8	11,3	...	...	...
2011	4084,8	3725,2	91,2	359,6	8,8	114,3	117,52	89,05
2012	5550,9	5227,3	94,2	323,6	5,8	135,89	140,32	89,99
2013	7737,1	7492,7	96,8	244,4	3,2	139,38	143,34	102,15
2014	9957,1	9719,9	97,6	237,2	2,4	128,69	129,72	95,02
2015	11329,6	11028,8	97,3	300,8	2,7	113,78	113,47	87,47

В структуре потребительского кредитования в России с 2012 года явно проявляется тенденция значительного сокращения кредитов в иностранной валюте и с преоблада-

нием кредитования в российских рублях (до 97,6% от общего объема потребительских кредитов на 1.01.2016 г.) (рис. 2).

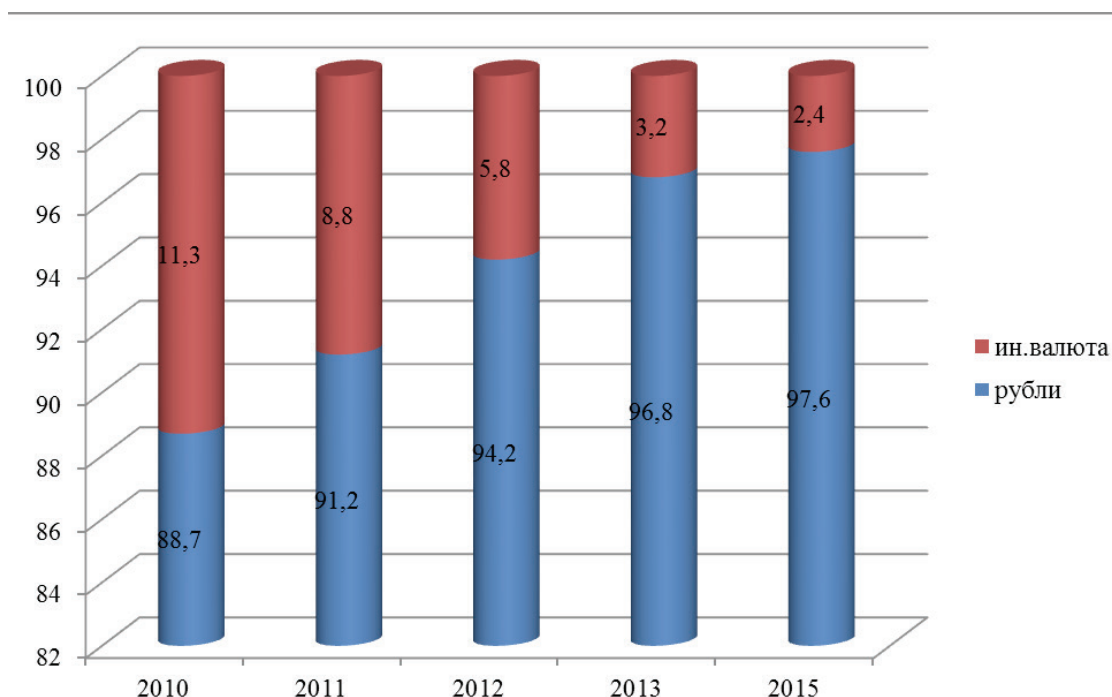


Рис. 2. Структура потребительского кредитования в России в 2010–2015 гг. в разрезе видов валют, % [составлено автором с использованием источников 3; 6; 7; 9; 10]

Итак, в 2010 году объем кредитов, предоставленных физическим лицам, уменьшился как в рублях, так и в иностранной валюте. Темп роста к предыдущему году составил соответственно 89,62 % и 84,13 %. В 2011 году объем предоставляемых кредитов в рублях увеличился, а в иностранной валюте продолжает снижаться. При этом темп роста составил соответственно 117,52 % и 89,05 %. Постепенное восстановление на рынке труда, рост доходов населения и снижение ставок по потребительским кредитам привели к значительному росту в рублях и ин. валюте в 2012 и 2013 гг. В 2012 году наблюдалось увеличение темпа роста и в рублях, и в иностранной валюте, который составил соответственно 140,32 % и 89,99 %. 2013 год характеризуется увеличением объема кредитования в рублях,

но уменьшения в иностранной валюте. Темп роста при этом увеличивается в обоих случаях и составляет соответственно 143,34 % и 102,15 %. В 2014 году наблюдается увеличение предоставляемых кредитов в рублях и уменьшение в иностранной валюте. Темп роста к предыдущему году уменьшился по сравнению с 2013 годом, в рублях он составляет теперь 129,72 %, а в иностранной валюте — 95,02 %. В 2015 году объем кредитов, предоставляемых физическим лицам, уменьшился. Темп роста к предыдущему году в рублях составил 113,47 %; в иностранной валюте — 87,47 % (таблица 1).

В 2015–2016 гг. многие банки-лидеры потребительского кредитования сократили объемы деятельности в данном виде кредитования (таблица 2).

Таблица 2. Изменение рейтинга банков по объему потребительского кредитования, млн руб.

Наименование банка	1.01.2016	1.01.2015	Изменение	
			абс., млн руб.	отн., %
Сбербанк России	4118,5	4014,7	103,8	2,59
ВТБ 24	1368,5	1401,2	-32,6	-2,33
Газпромбанк	289,8	301,1	-11,3	-3,76
Россельхозбанк	286,3	274,6	11,6	4,23
Альфа-банк	247,9	281,9	-33,9	-12,04
Банк Москвы	222,8	183,1	39,7	21,66
Росбанк	186,5	245,6	-59,1	-24,06
Райффайзенбанк	176,4	206,8	-30,4	-14,69
Русский стандарт	170,2	242,6	-72,4	-29,85
Хоум кредит банк	170,1	243,8	-73,8	-30,26

[составлено автором с использованием источника 7]

Условия предоставления кредитов не характеризуются улучшением ситуации. Колебания кредитов наблюдались на фоне скачков ключевой ставки Банка России (с 31 октября 2014 г. — 9,5%, с 11 декабря 2014 г. — 10,5%, с 16 декабря 2014 г. — 17%, со 2 февраля 2015 г. — 15%, с 16 марта 2015 г. — 14%, с 5 мая 2015 г. — 12,5%, с 16 июня 2015 г. — 11,5%, с 29 апреля 2016 г. — 11,0%) и неизбежно последовавшего изменения процентных ставок коммерческих банков. Ставки по кредитам удерживали рекордные высоты в 25–35% годовых. За понижением ключевой ставки с февраля 2015 г. не последовало такого же оперативного понижения ставок по кредитам. За весну-лето займы стали доступнее в среднем на 5–5,9%. В конце 2015 года средние полные ставки по нецелевым потребительским кредитам для населения наличными в рублях приблизились к уровню начала года. Процентные ставки находятся в диапазоне от 12,0 процента до 24,9 процента годовых в зависимости от вида кредита и наличия поручителей. К примеру: Сбербанк России предоставляет потребительские кредиты на максимальную сумму 3 млн руб. под 16,5% на срок до 60 месяцев; ВТБ-24 при идентичных условиях по сроку и сумме под процент 17%; минимальная процентная ставка у банка «Совкомбанк» на сумму 100 тыс. руб. и срок до 12 месяцев; максимальная — у банка «Тинькофф» — 24,9% на сумму до 500 тыс. руб. и срок до 36 месяцев.

Альтернативным вариантом получения потребительского кредита является кредитование в микрофинансовых организациях (МФО). При отсутствии справки о доходах, или же при стаже работы на рабочем месте 2–3 месяца заемщик может обратиться не в банк, а в специальную финансово-кредитную организацию. В таком случае процентная ставка на потребительский кредит будет выше, но это объясняется необходимостью банка минимизировать риск просрочек, невозврата кредита, невыплаты процентов и т. д. Платежеспособность потенциального клиента оценивается на основании информации из Бюро кредитных историй и данных из других источников.

— По данным Центрального Банка РФ, на первом месте по темпам прироста за год (январь 2016 — январь 2015) остаются микрозаймы «до зарплаты» — снижение реальных располагаемых денежных доходов населения (на 6,6% на начало 2016 года в сравнении с 2015 годом), что снижает возможности физических лиц не только осуществлять инвестиционно-сберегательные операции, но и обслуживать долги, а также претендовать на получение банковских кредитов;

— рост процентных ставок (среднерыночные значения процентных ставок по потребительским кредитам за 2015 — начало 2016 г. составляли от 16,16% (нецелевые потребительские кредиты на сумму свыше 300 тыс. руб. сроком

до 1 года) до 38,72% (POS-кредиты на сумму до 30 тыс. руб. сроком до 1 года) вслед за увеличением ключевой ставки Банка России, несмотря на то, что последняя постепенно снижается, положение дел практически не улучшается: спрос на кредиты от потенциальных клиентов заметно упал, но и сами банки ужесточили свои требования; — увеличение доли просроченной задолженности с 4,19% в январе 2014 г. до 8,22% на 1.01.2016 г. Вследствие этого банки вынуждены значительно увеличивать резервы и идти на сокращение прибыли. По итогам 2015 г. многие банки, лидирующие на рынке кредитования физических лиц, уменьшили свое присутствие на нем, а особенно те организации, которые ранее специализировались на потребительском кредитовании.

Современный этап развития экономики расширяет банковскую деятельность и перечень операций банков, но наиболее востребованной банковской операцией остается кредитование и его разновидность кредитование населения.

Основным тенденциям развития потребительского кредитования в России являются: замена потребительских кредитов другими видами кредитов в кредитных портфелях банков; опасное снижение темпов роста объемов потребительского кредитования; увеличение портфеля микрозаймов; подорожание потребительского кредита.

Указанные тенденции являются неблагоприятными как для российских банков, так и для экономической системы в целом. В связи с экономической ситуацией в стране, развитие сегмента потребительского кредитования замедлится, возможен кризис банковской системы.

Таким образом, проанализировав современное состояние потребительского кредитования, можно сказать, что объем кредитов, предоставленных физическим лицам в России, в 2015 году вырос в 6,02 раза по сравнению с 2006 годом, но при этом темп роста предоставляемых кредитов в период с 2006 по 2015 год уменьшился. В 2016 году банки снизили ставки учетного процента, чтобы потребители могли брать кредиты в иностранной валюте. Уже сейчас валютный кредит можно взять под 10,5% в год. Несмотря на это, сейчас в основном востребованы кредиты в рублях, но возникает необходимость в оформлении ссуд в иностранной валюте. Перспективы развития потребительского кредитования в России довольно неоднозначны, с одной стороны он является наиболее удобной формой кредитования населения для приобретения товаров и услуг, но на данный момент существует множество проблем, сдерживающих развитие потребительского кредитования в России. Лишь после устранения этих проблем и совершенствования кредитной системы можно говорить о дальнейшем развитии и тенденциях к росту потребительского кредитования в России.

#### Литература:

1. Веселова А. Д. Проблемы и перспективы развития потребительского кредитования в РФ / А. Д. Веселова // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. — 2016. — № 6–1. — С. 100–103.

2. Глушкова Н. Б. Особенности потребительского кредитования в РФ в условиях финансового кризиса / Н. Б. Глушкова // Вестник Тверского государственного университета. Серия: экономика и управление. — 2016. — № 1. — С. 105–113.
3. Годовой отчет банка России за 2015 года. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: — [http://www.cbr.ru/publ/God/ar\\_2015.pdf](http://www.cbr.ru/publ/God/ar_2015.pdf)
4. Кривенко О. С. Современное состояние потребительского кредитования в России / О. С. Кривенко, А. В. Махова // In Situ. — 2016. — № 4. — С. 48–52.
5. Османов О. А. Проблемы потребительского кредитования на современном этапе / О. А. Османов, А. М. Исаев // Юридический вестник ДГУ. — 2016. — № 1. — С. 74–77.
6. Отчет о развитии банковского сектора и банковского надзора. 2014. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [http://www.cbr.ru/publ/archive/root\\_get\\_blob.aspx?doc\\_id=9878](http://www.cbr.ru/publ/archive/root_get_blob.aspx?doc_id=9878)
7. Официальный сайт Центрального банка Российской Федерации. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.cbr.ru/>
8. Приложение к письму ЦБ РФ от 05.05.08 № 52-Т О «Памятке заемщику по потребительскому кредиту». — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc; base=LAW; n=55526>
9. Статистический бюллетень Банка России. 2014. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.cbr.ru/publ/BBS/Bbs1401r.pdf>
10. Статистический бюллетень Банка России. 2015. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.cbr.ru/publ/BBS/Bbs1501r.pdf>
11. Федеральный закон «О потребительском кредите (займе)» N 353-ФЗ от 21 декабря 2013 (с изменениями и дополнениями 21.07.2014). — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc; base=LAW; n=166040; dst=0; rnd=189271.691300576319918; SRDSMODE=QSP\\_GENERAL; SEARCHPLUS=353-%F4%E7; EXCL=PBUN%2CQSBO%2CKRBO%2CРКВО; SRD=true; ts=13458898801892713412970930803567](http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc; base=LAW; n=166040; dst=0; rnd=189271.691300576319918; SRDSMODE=QSP_GENERAL; SEARCHPLUS=353-%F4%E7; EXCL=PBUN%2CQSBO%2CKRBO%2CРКВО; SRD=true; ts=13458898801892713412970930803567)

## Оптимизация процессов адаптации персонала в компании ООО «Радуга-ДВ», г. Владивосток

Голубков Максим Валерьевич, студент

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса

В настоящее время вопросам адаптации персонала уделяется все больше внимания и проблема адаптации новых сотрудников является актуальной. Адаптация считается одним из важнейших направлений практики управления персоналом в современной компании.

Эффективное использование персонала и оптимизация процессов адаптации персонала становятся определяющими моментами в обеспечении эффективной деятельности компании.

Таким образом, в настоящее время необходимо понимание важности и значимости управления процессами адаптации персонала компании, как одного из элементов системы управления персоналом.

Адаптация персонала — это комплекс мероприятий, задача которого заключается в эффективном вовлечении нового сотрудника в деятельность компании, а также подготовке в установленный срок грамотного, а главное продуктивного специалиста.

Адаптация персонала в новом коллективе занимает от 3 до 12 месяцев. Самыми сложными считаются первые 3 ме-

сяца, которые совпадают с периодом испытательного срока. Применение разработанной программы адаптации или Положения об адаптации персонала, утвержденного в компании как локального нормативного документа, сводят процесс адаптации персонала до минимума.

На поведение нового сотрудника оказывают влияние следующие факторы:

- внешние факторы (корпоративная культура, система адаптации сотрудников, система поощрения и наказания и т. д.);
- внутренние факторы (мотивация нового сотрудника, загруженность, целенаправленность, личные проблемы, семейные проблемы, опыт работы и т. д.)

Сущность адаптации персонала сводится к активному взаимодействию и взаимному приспособлению нового сотрудника и коллектива компании для обеспечения совместной деятельности в различных сферах деятельности.

Адаптация персонала классифицируется по степени вхождения в коллектив на первичную и вторичную, по степени активности взаимодействия сотрудника и среды на ак-

тивную и пассивную, по деятельности — на производственную и непроизводственную сферы адаптации.

Оптимизация процессов адаптации является одним из важных факторов профессиональной трудовой деятельности персонала компании ООО «Радуга-ДВ», несмотря на то, что руководство компании не уделяет должного внимания данной проблеме.

В представленной статье анализируются результаты исследования организации процессов адаптации в компании ООО «Радуга-ДВ». По результатам исследования разработан комплекс мероприятий по оптимизации процессов адаптации персонала в компании ООО «Радуга-ДВ».

Компания ООО «Радуга-ДВ» зарегистрирована 8 февраля 2011 года Инспекцией Федеральной Налоговой службы по Первомайскому району города Владивостока.

Основные виды деятельности компании ООО «Радуга-ДВ»:

- разработка проектно-сметной документации;
- строительно-монтажные работы;
- другие виды деятельности, не запрещенные законодательством.

Адаптация новых сотрудников является одной из составляющих частей управления персоналом в ООО «Радуга-ДВ». С целью преодоления возникающих трудностей, а также повышения эффективности процесса приспособления в компаниях создана система адаптации персонала.

Данная система включает в себя комплекс мероприятий, позволяющих сотруднику выйти на необходимый уровень производительности труда с минимальными потерями для него и компании в целом.

Система адаптации персонала компании ООО «Радуга-ДВ» является инструментом повышения эффективности деятельности компании за счет следующих факторов:

- ускорение процесса интеграции нового сотрудника в должность;
- сокращение уровня текучести кадров.

В компании ООО «Радуга-ДВ» процесс адаптации персонала не является системным, поэтому для него характерны следующие ситуации:

- увольнение новых сотрудников до истечения испытательного срока;
- низкая производительность труда на начальном этапе работы сотрудника в компании;
- долгий период адаптации сотрудника при вступлении в должность;
- падение мотивации нового сотрудника и неудовлетворенность работой в компании.

Каким бы ни был опытным новый сотрудник, принятый на работу в компанию, ему потребуется некоторое время на то, чтобы адаптироваться в компании. Однако, в компании ООО «Радуга-ДВ» в настоящее время не уделяется должного внимания проблемам адаптации персонала. Новый сотрудник компании предоставлен сам себе, и, если ему действительно необходима данная работа, он хочет

пройти испытательный срок и закрепиться в компании, все будет зависеть только от него.

Проблема адаптации проявляется как в качестве продуктивности работы сотрудников, так и в психологическом напряжении и дискомфорте в коллективе компании. Процесс адаптации проходят не только новые сотрудники, но и сотрудники, которые перешли на новую должность, стали использовать новое оборудование и программное обеспечение, приняли новые функциональные обязанности.

Уровень адаптации персонала в компании ООО «Радуга-ДВ» в настоящее время — базовый, который характеризуется применением традиционных методов адаптации персонала.

В компании ООО «Радуга-ДВ» не проводится анализ эффективности процессов адаптации персонала. Поэтому для изучения особенностей адаптации персонала в компании ООО «Радуга-ДВ» было проведено анкетирование, результаты которого обобщены и представлены в виде диаграмм.

Согласно результатам проведенного анкетирования, можно сделать вывод, что опрошенные сотрудники компании ООО «Радуга-ДВ» хорошо осведомлены об особенностях процессов адаптации персонала. Далее необходимо выяснить особенности проведения адаптации персонала в компании ООО «Радуга-ДВ», проведя опрос сотрудников компании.

На рисунке 1 представлено распределение ответов на вопрос «Какие методы адаптации персонала применяются в компании?»

Таким образом, можно сделать вывод, что в компании ООО «Радуга-ДВ» применяется программа адаптации персонала, а наставничество и дополнительное обучение нет.

Основным мероприятием оптимизации процессов адаптации персонала компании ООО «Радуга-ДВ» должно стать внедрение наставничества.

Для этого необходимо ввести дополнительную оплату или премии (бонусы) тем сотрудникам, которые будут назначаться наставниками к новым сотрудникам.

Наставники новым сотрудникам будут назначаться на весь испытательный срок, значит и дополнительную оплату наставников необходимо рассчитывать на период 3 месяца.

В качестве дополнительных мероприятий по оптимизации системы адаптации новых сотрудников в компании ООО «Радуга-ДВ» можно предложить:

- расширение функций менеджера по персоналу с оплатой в 2000 руб. в месяц;
- повышение квалификации менеджера по персоналу и начальника административно-хозяйственного отдела 16000 руб. за двоих;
- ввести доплаты на наставничество в целом по всем отделам (1000 руб. в месяц). Всего в компании ООО «Радуга-ДВ» 9 отделов.

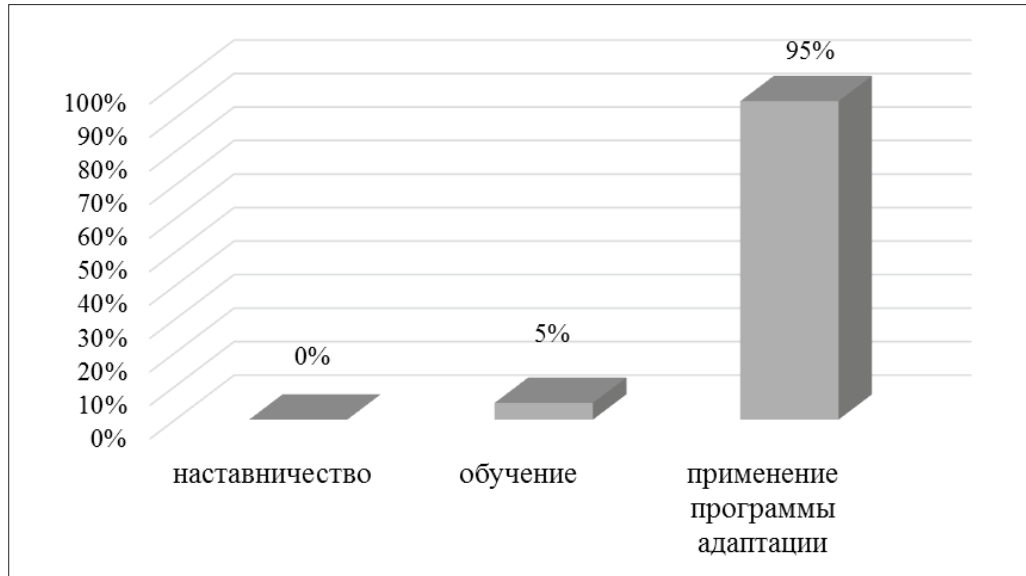


Рис. 1. Распределение ответов на вопрос «Какие методы адаптации персонала применяются в компании?»

Также в компании ООО «Радуга-ДВ» необходимо организовать обучение новых сотрудников.

В компании ООО «Радуга-ДВ» есть разработанная программа адаптации, однако в ней не разработан пункт «Вхождение в должность».

В данный пункт необходимо ввести следующие аспекты:

- ежедневно курировать работу нового сотрудника;
- проводить итоговую беседу о результатах работы и выполнении плана адаптации в конце каждой недели;
- помогать новому сотруднику в решении возникающих проблем и вопросов;
- контролировать работу наставника;
- при необходимости проводить корректировку работы наставника и самого работника;
- встречаться с наставником и сотрудником ежемесячно для обсуждения результатов работы и индивидуального Плана адаптации;
- периодически курировать процесс адаптации и наставничества (не реже 1 раза в месяц).

Также для оптимизации процесса адаптации новых сотрудников компании ООО «Радуга-ДВ» необходимо разработать путеводитель для нового сотрудника.

Внедрение рекомендуемого комплекса мероприятий по оптимизации процессов адаптации новых сотрудников

компании ООО «Радуга-ДВ» позволит сократить сроки процесса адаптации, сделает ее наименее болезненной для новых сотрудников.

Предлагаемый комплекс мероприятий по оптимизации адаптации персонала в компании ООО «Радуга-ДВ» не требует больших затрат, это объясняется выбором наиболее экономичных способов.

Предложенное мероприятие по введению наставничества (2 наставников одновременно) окупится через 2 месяца, после окончания испытательного срока и начала работы нового сотрудника в обычном со всеми остальными работниками режиме, что является вполне хорошим результатом, а главное малозатратным.

Мероприятие по оформлению документации не требует больших затрат и с расчетом годовой экономии специалистом компании ООО «Радуга-ДВ» окупится через 0,3 месяца. Что является отличным результатом.

Таким образом, применение всех предложенных мероприятий по оптимизации процессов адаптации персонала компании ООО «Радуга-ДВ» позволит повысить эффективность деятельности персонала, повысить уровень их адаптации, что позволит повысить эффективность деятельности компании в целом.

#### Литература:

1. Теоретико-прикладные аспекты управления персоналом в малом и среднем бизнесе [Текст]. колл. монография / Н. Н. Богдан, О. В. Горшкова, М. Ю. Дикусарова, М. Г. Масилова, Е. А. Могилёвкин, А. С. Новгородов, З. В. Якимова. — Владивосток. Изд-во ВГУЭС. — 2015. — 240 с.
2. Якимова З. В. Феномен кадрового дефицита: Характерные признаки, причины возникновения, последствия / З. В. Якимова, Ю. Е. Вакулич // Сборник докладов третьей межрегиональной научно-практической конференции «Управление персоналом: как привлечь, удержать и мотивировать ценных сотрудников» 11–12 декабря 2012 г. — Великий Новгород: НГУ им. Ярослава Мудрого, 2012. С. 133–137.
3. Адаптация персонала в компании: методическое пособие / под ред. И. Бетанова. — М.: ЗАО «МЦФЭР», 2013. — 87 с.



4. Горшкова О. В. Проблемы адаптации регионального вуза к условиям формирования национальной системы квалификации / О. В. Горшкова, Л. Ю. Фалько, И. П. Черная // Вестник Университета (Государственный университет управления), 2013. — № 15. — С. 247–253.
5. Мартыненко О. О. Методический подход к оценке компетенций выпускников / О. О. Мартыненко, Якимова З. В., В. И. Николаева // Высшее образование в России. — 2015. — № 12. — С. 35–45.

## Оптимизация процессов адаптации персонала в компании ООО «Хорс», г. Владивосток

Гораль Татьяна Михайловна, стажер  
ООО «Юридическая клиника» (г. Владивосток)

Трудовая адаптация сотрудника компании — это процесс взаимного приспособления сотрудника и компании, который основывается на постепенной вработываемости сотрудника в новых социальных, организационно-экономических и профессиональных условиях труда [1, с. 35].

Трудовая адаптация представляет собой единство профессиональной, социально-психологической, организационной, экономической, психофизиологической и культурно-бытовой адаптации [2, с. 51].

Поступая на работу, сотрудник активно включается в систему профессиональных и социально-психологических отношений компании, усваивает новые для него социальные роли, нормы, ценности, согласовывает свою индивидуальную позицию с целями и задачами компании, тем самым подчиняя свое поведение служебным предписаниям компании.

Процесс адаптации персонала состоит из четырех этапов:

- этап оценки уровня подготовленности нового сотрудника (определение непривычных ситуаций и решений привычных задач для работника);
- этап ориентации (практическое знакомство нового сотрудника с его непосредственными обязанностями);
- этап действенной адаптации (приспособление нового сотрудника к особенностям работы, знакомство и налаживание отношений с коллегами);
- этап функционирования (преодоление новым сотрудником производственных и межличностных проблем, переход к нормальному стабильному режиму работы) [3, с. 98].

Процесс адаптации считается законченным если работа не вызывает у сотрудника чувства напряжения и страха и становится для него привычной; если сотрудник овладел необходимыми навыками и знаниями и его рабочие показатели устраивают непосредственного начальника и соответствуют установленным в компании нормам.

Оптимизация процессов адаптации является существенным фактором профессиональной трудовой деятельности персонала компании ООО «Хорс».

В представленной статье анализируются результаты исследования организации процессов адаптации в компании ООО «Хорс» (ресторан «Три богатыря»). По результатам исследования разработан комплекс мероприятий по оптимизации процессов адаптации персонала в компании ООО «Хорс».

Адаптация новых сотрудников является одной из составляющих частей управления персоналом в ООО «Хорс». С целью преодоления возникающих трудностей, а также повышения эффективности процесса приспособления в компаниях создана система адаптации персонала. Данная система включает в себя комплекс мероприятий, позволяющих сотруднику выйти на необходимый уровень производительности труда с минимальными потерями для него и компании в целом.

Однако, в настоящее время руководство ООО «Хорс» не уделяет должного внимания вопросам адаптации персонала. Такая ситуация сложилась по причине неэффективной кадровой политики компании и отсутствия эффективной программы адаптации новых сотрудников.

Для диагностики уровня адаптации персонала в компании ООО «Хорс» было проведено анкетирование и по полученным результатам выявлено, что уровень адаптации сотрудников — базовый. Также было выявлено, что в настоящее время наблюдается большая текучесть кадров, персонал долго не задерживается на своих должностях.

Поэтому с целью оптимизации процессов адаптации персонала в компании ООО «Хорс» был разработан комплекс практических мероприятий.

Главным мероприятием оптимизации процессов адаптации персонала компании ООО «Хорс» должна стать разработка эффективной программы адаптации персонала. Для этого необходимо расширение функций менеджера по персоналу с доплатой (3000 руб. в месяц); повышение квалификации менеджера по персоналу и начальника административно-хозяйственного отдела (16000 руб. за двоих) относительно разработки адаптационных программ и проведения адаптационных мероприятий.

Предлагаемая программа адаптации должна состоять из следующих этапов:

1. Подготовительный этап (за 3 дня до выхода на работу):

- звонок сотруднику с целью уточнения его выхода на работу;
- проинформировать начальника административно-хозяйственного отдела и менеджеров по персоналу о выходе сотрудника на работу;
- собрать пакет документов, который вручается новому сотруднику в первый день работы;
- проверить обеспеченность и готовность рабочего места нового сотрудника;
- подготовить Проект плана адаптации нового сотрудника и согласовать его с руководителем;
- убедиться в наличии актуальной должностной инструкции;
- разработать и утвердить план работы нового сотрудника на время всего испытательного срока;
- определить непосредственного наставника [4, с. 247].

2. Вводный этап (1 рабочий день нового сотрудника):

- встреча нового сотрудника в компании;
- показать новому сотруднику его рабочее место, вручить необходимый пакет документов);
- провести кадровое оформление нового сотрудника;
- провести все необходимые инструктажи;
- ознакомить с принятым в компании стилем управления, особенностями культуры, нормами поведения и традициями);
- обсудить 1 рабочий день;
- представить нового сотрудника его коллегам, наставнику и непосредственному начальнику;
- ознакомить нового сотрудника с Положением об адаптации персонала;
- ознакомить нового сотрудника с его должностными обязанностями, обсудить спорные моменты;
- заполнить с сотрудником и подписать План адаптации;
- ознакомить с системой выплаты заработной платы, поощрения и взысканий в компании;
- ознакомить с правилами внутреннего трудового распорядка, разъяснить спорные моменты;
- ознакомить с Положением о наставничестве;
- обсудить 1 рабочий день [5, с. 114].

3. Ознакомительный этап (1 рабочая неделя):

- осветить возможности карьерного роста;
- разработать индивидуальную программу подготовки и проанализировать компетенции нового сотрудника;
- ознакомить с историей компании, ее миссией, стратегией, целями и особенностями деятельности компании по всем этапам;
- передать сотруднику перечень документов, с которыми необходимо ознакомиться в первую очередь (инструкции, правила, положения и т. д.);

- познакомить нового сотрудника с теми коллегами, с которыми он будет контактировать в первую очередь;
- ознакомить сотрудника с содержанием его работы, стандартами выполнения, ответственностью, системой документооборота и отчетности.

4. Вхождение в должность (в течение всего испытательного срока):

- ежедневно курировать работу нового сотрудника;
- проводить итоговую беседу о результатах работы и выполнении плана адаптации в конце каждой недели;
- помогать новому сотруднику в решении возникающих проблем и вопросов;
- контролировать работу наставника;
- при необходимости проводить корректировку работы наставника и самого работника;
- встречаться с наставником и сотрудником ежемесячно для обсуждения результатов работы и индивидуального Плана адаптации;
- периодически курировать процесс адаптации и наставничества (не реже 1 раза в месяц) [6, с. 133].

5. Завершающий этап (за 2 недели до окончания испытательного срока):

- получить обратную связь от всех участников процесса адаптации нового сотрудника;
- напомнить непосредственному начальнику о завершении испытательного срока;
- направить наставнику и руководителю оценочные формы деятельности нового сотрудника в период испытательного срока;
- направить новому сотруднику оценочный лист для заполнения и далее проанализировать;
- провести беседу с новым сотрудником;
- заполнить оценочные формы и передать их непосредственному начальнику для согласования;
- принять решение о перспективах дальнейшей работы нового сотрудника, карьерного роста в компании, либо непрохождения испытательного срока;
- за 3 дня до окончания испытательного срока сообщить новому сотруднику об окончании адаптации;
- назначить дату обсуждения результатов работы нового сотрудника;
- провести итоговый анализ процесса адаптации и наставничества.

Цель программы — сформировать у сотрудников компании современное видение процесса адаптации персонала. Участники познакомятся с вопросами адаптации и разрешения психологических проблем новых сотрудников.

Целевая аудитория: менеджеры высшего и среднего звена, руководители структурных подразделений, а также руководители и сотрудники служб персонала.

Результат программы: системное представление об адаптации персонала, конкретные технологии практической деятельности в области адаптации сотрудников. Участники получают ответы на следующие вопросы:

- как максимально быстро и эффективно «вписать» нового сотрудника в компанию, сделать период его адаптации максимально эффективным;
- чем регулируется процесс адаптации персонала в компании;
- какой должен быть ориентационный курс для новых сотрудников;
- какие информационные материалы о компании должен получить новый сотрудник;
- чем отличается период адаптации от испытательного срока;
- как ставить задачи новому сотруднику и подводить итоги испытательного срока;
- какова роль наставничества в период адаптации нового сотрудника;
- модели наставничества, инструменты наставничества.

В ходе программы адаптации участники получают возможность обсудить проблемы, возникающие с адаптацией новых сотрудников, проанализируют типичные ошибки как новых сотрудников, так и управленческие ошибки, возникающие в ходе адаптационного периода.

Данная программа адаптации новых сотрудников необходима для того, чтобы минимизировать обоюдные риски и вводить специалистов в компанию так, чтобы ни одна из сторон не чувствовала себя неуверенно. При этом в большинстве случаев человек получает интересную и желанную работу, а компания ООО «Хорс» — эффективного и перспективного сотрудника.

Назначение наставника вновь принятым сотрудникам в ООО «Хорс» должно осуществляться в соответствии с принятым в компании Положением о наставничестве.

#### Литература:

1. Мартыненко О. О. Методический подход к оценке компетенций выпускников / О. О. Мартыненко, Якимова З. В., В. И. Николаева // Высшее образование в России. — 2015. — № 12. — С. 35–45.
2. Адаптация персонала в компании: методическое пособие / под ред. И. Бетанова. — М.: ЗАО «МЦФЭР», 2013. — 87 с.
3. Володина Н. В. Адаптация персонала: российский опыт построения комплексной системы / Н. В. Володина. — М.: Эксмо, 2014. — 242 с.
4. Горшкова О. В. Проблемы адаптации регионального вуза к условиям формирования национальной системы квалификацией / О. В. Горшкова, Л. Ю. Фалько, И. П. Черная // Вестник Университета (Государственный университет управления), 2013. — № 15. — С. 247–253.
5. Теоретико-прикладные аспекты управления персоналом в малом и среднем бизнесе [Текст]. колл. монография / Н. Н. Богдан, О. В. Горшкова, М. Ю. Дикусарова, М. Г. Масилова, Е. А. Могилёвкин, А. С. Новгородов, З. В. Якимова. — Владивосток. Изд-во ВГУЭС. — 2015. — 240 с.
6. Якимова З. В. Феномен кадрового дефицита: Характерные признаки, причины возникновения, последствия / З. В. Якимова, Ю. Е. Вакулич // Сборник докладов третьей межрегиональной научно-практической конференции «Управление персоналом: как привлечь, удержать и мотивировать ценных сотрудников» 11–12 декабря 2012 г. — Великий Новгород: НГУ им. Ярослава Мудрого, 2012. С. 133–137.

Также рекомендуется проведение конкурса «Лучший молодой специалист года»; организация и проведение практики студентов и учащихся высших, средних и начальных профессиональных учебных заведений; участие молодежи предприятия в отраслевых конкурсах и т. д.

Оптимизация процессов адаптации профессиональной деятельности новых сотрудников компании должна быть направлена на сокращение сроков адаптации и достижение соответствующего уровня адаптированности, при котором возможна реализация заданной эффективности и надежности работы.

Для оптимизации процесса адаптации новых сотрудников компании ООО «Хорс» необходимо разработать путеводитель для молодого специалиста в виде отдельной папки, так как в настоящее время в компании его нет. Разработку данного путеводителя необходимо вменить в обязанности менеджера по персоналу под руководством начальника административно-хозяйственного отдела.

Внедрение рекомендуемого комплекса мероприятий оптимизации процессов адаптации новых сотрудников компании ООО «Хорс» позволит сократить сроки процесса адаптации, сделает ее наименее болезненной для новых сотрудников. Чувствуя опеку и заботу со стороны руководства, а значит свою ценность для компании, новый сотрудник не будет ставить себя на ступеньку ниже остальных работников, а будет решать профессиональные проблемы вместе с ними.

Таким образом, проведя анализ процессов адаптации в компании ООО «Хорс», можно прийти к выводу об уникальности проблем адаптации, которые возникают в организациях. Соответственно у руководства организаций возникает необходимость в оптимизации процессов адаптации персонала и разработке уникальных программ адаптации, максимально учитывающей специфику деятельности и выявленной проблемы.

## Внедрение корпоративной системы управления

Гребенюк Таисия Алексеевна, студент;  
Бусоедов Иван Александрович, студент  
Дальневосточный федеральный университет

*Актуальность темы заключается в том, что в современном мире для эффективной работоспособности организации необходимы знания по управлению персоналом. В статье рассмотрены, в первую очередь, само определение «управление персоналом», а также функции, выполнение которых необходимы для рациональной реализации планируемого проекта.*

**Ключевые слова:** управление, проект, документация, организация, менеджмент, инновации, процессы, руководитель, корпоративная система, разработка, реализация

Динамика эффективности работы организации очень сильно зависит от того, как происходит управление персоналом. Поэтому в России в последнее время стали уделять существенное внимание этим отраслям менеджмента.

Управление персоналом — это совокупность функций которые выполняет руководитель. Сюда входят организационно кадровый аудит, кадровое планирование, подбор персонала, расстановка персонала, адаптирование персонала, мотивирование персонала, повышение квалификации персонала, работа с кадровым резервом, создание внутрикорпоративной культуры и другие.

Сегодня, когда организации стабильно развиваются, для роста их конкурентных способностей и результативности требуются новейшие подходы к процессам управления персоналом. Кроме этого, работа предприятия влияет на отношения со стороны других, внешних предприятий. После любого управленческого решения всегда следуют ответные решения со стороны других предприятий. Все выше сказанное предполагает, что от управления зависят интересы предприятия как и внутри него, так и его конкурентов.

Когда предприятие развивается, у него увеличивается как и число планируемых проектов, так и их сложность. Эти проекты разрабатываются на краткосрочные и на долгосрочные перспективы. Они так же бывают типовыми или инновационными. Типовые проекты подразумевают проекты, у которых уже существуют аналоги у конкурентов внутри организации. Инновационные же — это те проекты, которые никогда не разрабатывались этим предприятием, а аналогов у таких проектов или нет у конкурентов или есть, но их очень мало. Эти проекты притворяются в жизнь как и с помощью внутренних ресурсов так и внешних.

Чем больше проект начинается притворяться в жизнь, тем сложнее становится его контролировать. Появляется потребность в выборе решения — закрыть проект ввиду его нерентабельности или продолжать его разработку. На случай выбора второго появляется целая совокупность функций, которые надо выполнять для реализации проекта:

- контроль за трудо-затратами сотрудников;
- контроль над реализацией проекта;
- контроль за изменениями результата проекта;
- своевременное донесение информации о проекте сотрудникам.

Для того, чтобы решить все эти проблемы требуется стандартизация процессов управления. Одним из главных инструментов подобной стандартизации может быть корпоративная система управления проектами.

Корпоративная система управления проектами — это совокупность средств (административных, информационных, методических), благодаря которым появляется возможность эффективной организации исполнения и поддержания проекта с заявленными критериями стратегии компании. Чтобы достигнуть заданной цели, предприятием разрабатывается система, с помощью которой можно совместить разработку и воплощение проекта в жизнь с стратегией организации в период всех этапов жизненного цикла от разработки и до смерти проекта.

Функции управления проектами — это то, что является одним из самых для управленцев. За всю историю развития бизнес-предпринимательства функции управления проектами эволюционировали от интуитивного управления к тщательному анализу перед принятием управленческого решения.

Само определение слова «проект» в нормативной документации понимают в нескольких смыслах:

- Как комплект документации, в которых содержатся четко сформулированные задачи планируемых планов и совокупность функций, благодаря которым мы их реализуем;
- Как совокупность функций, выполняя которые мы достигаем выполнение определенных задач.

Изучив и проанализировав различную экономические источники авторам стало известно, что в них термин «проект» описывается везде различно, нету определенного определения. Это можно объяснить тем, что у каждого автора свое мнение по определению смысла термина, и каждый видит его по разному.

Таблица 1. Определения термина «проект»

Какие-то действия, которые направлены на реализацию других действий, подразумевающих обеспечение выполнения каких-то задач.
Система, в которой финансовые, технические и правовые действия обосновывают достижения целей.
Совокупность организационно-правовой и расчетно-финансовой документации, которая требуется для реализации целей.

Сам же по себе проект — это ядро в системе управления предприятием. Он определяет деятельность предприятия и естественно по нему оценивают результаты и эффективность работы организации.

У проектов всегда должна быть своя команда. Ее создают на период разработки и реализации проекта. В случае успеха этого проекта она продолжает вести его контроль, а в случае провала ее распускают. Так же команду, за время разработки и реализации, можно дополнять и сокращать. В саму команду входят те люди, которые принимают непосредственное участие в разработке и реализации проекта, то есть те люди, которые по своей специальности и профессии подходят и требуются для достижения задач и целей проекта.

Сам результат проекта можно предопределить еще на стадии разработки. Далее его эффективность зависит от эффективности планирования проекта. В само планирование входят такие функции, как:

- определение стратегии организации;
- обоснование выбора целей проекта;
- разработка мероприятий и действий относящихся к проекту;
- создание основы для принятий будущих долгосрочных решений;
- методы достижения целей.

Само планирование входит в управление организацией, и кроме нее еще есть и другие процессы. (рисунок 1)

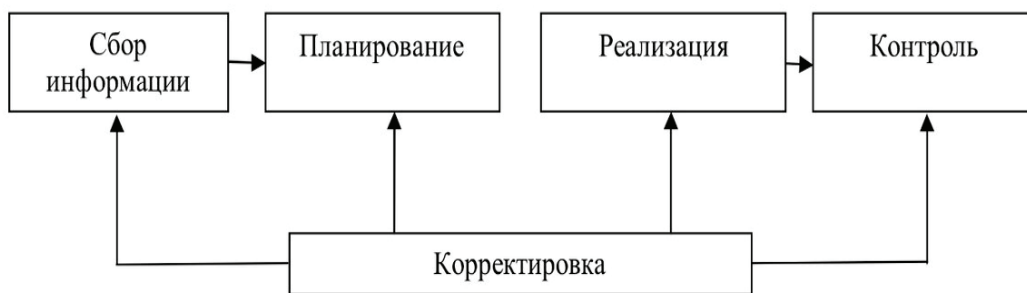


Рис. 1. Процессы управления организацией

Планирование предполагает поиск оптимальных решений для организации. Так же в его функции входит не допущение ошибок в будущем и самое эффективное использование ресурсов предприятия.

Всего существуют три вида планирования:

- Среднесрочное;
- стратегическое;
- Текущее.



Рис. 2. Стратегическое планирование

Заключение. Результатом внедрения корпоративной системы управления:

- организация всегда использует самую актуальную на момент реализации проекта информацию;

- увеличивается уровень управляемости над персоналом;
- усиливается контроль над качеством выполнения проектов.

Литература:

1. Нестерова Е. И., Якимович В. С., Луговой Г. М. Управление инновациями в медиаиндустрии — управление инновационными проектами // Сборники конференций НИЦ Социосфера. 2013. № 32. С. 50–52.
2. Азимов Т. А., Безнощук Л. Ю. Риски в предпринимательской деятельности // Молодой ученый. — 2016. — № 10.
3. Томорадзе И., Дмитрик А. Управление проектами как стадия процессного управления // Проблемы теории и практики управления. 2013. № 2. С. 93–100.

## Подбор персонала и рекрутинг

Гребенюк Таисия Алексеевна, студент

Бусоедов Иван Александрович, студент

Дальневосточный федеральный университет

*Статья посвящена изучению темы подбора персонала. В работе авторы постарались наиболее подробно описать рекрутинг.*

**Ключевые слова:** рекрутинг, системный отбор, хэдхантинг, управление персоналом, подбор персонала.

Кадровый менеджмент — это одна из основ управления людьми, которую очень активно используют в развивающихся сферах экономики — производства и бизнесе. Очень много исследований в кадровом менеджменте активно помогают развиваться и другим областям — гуманитарным и образовательным. В кадровом менеджменте началом являются такие функции управления персоналом, как кадровое планирование и подбор персонала. В этой статье авторы постараются подробно рассмотреть современные способы подбора кадров.

Рекрутинг (что в переводе с английского языка означает пополнение, комплектование, вербовка) — поиск и закрытие вакансий организации требуемыми специалистами, которые по уровню своей квалификации подходят к работодателю. Рекрутинг — это совокупность организационных мероприятий. Они предполагают формирование и представление работодателю списков людей, которые соответствуют критериям отбора, которые в свою очередь были установлены заказчиком. Далее идет прием на работу в эту организацию. Это был описан смысл работы рекрутинга в бизнесе.

Так же хотелось бы отметить существование такого вида рекрутинга, как электронный. Электронный рекрутинг подразумевает поиск человеческих ресурсов с помощью сети Интернет. Сегодня рынок электронного рекрутинга — это огромное количество специализированных в этой сфере интернет-сайтов, которые предоставляют различные услуги в области подбора персонала или трудоустройства. Если заглянуть на несколько лет назад, то можно заметить, что рынок интернет-рекрутинга резко вырос именно за последние 5 лет. Начинался он с самых обычных интернет-объявлений, а ныне это серьезные интернет сайты на которых присутствуют все участники рынка труда — от простого работника до финансовых директоров. Возможно резкий рост связан с экономическим подъемом

Российской Федерации, ведь если сравнивать нынешние условия жизни и 5–7 лет назад, то заметна существенная разница.

Прямой поиск. Этот вид рекрутинга связан с консалтинговой деятельностью. Используя эту услугу у консалтинговых фирм можно подобрать в организацию нужных специалистов как и низшего уровня так и высшего. Этот вид рекрутинга не имеет каких-либо ограничений и четких требований к кандидатам на должность со стороны организации. Это наверное самый простой вид рекрутинговой деятельности.

В нашей стране организации занимаются некачественным подбором персонала. В пример можно привести Дальневосточный Федеральный округ. Этому региону характерна низкая демография и отток населения, причем большая его часть является высококвалифицированными кадрами. Это способствует тому, что работодателем просто не из кого выбирать на работу и поэтому многие должности в Дальневосточном Федеральном округе занимают не те, кто должен там сидеть, а те кто изъявил желание прийти на собеседование. Конечно это не систематично, но таких случаев в этом округе очень много.

В науке менеджмента само понятие рекрутинга предполагает системный отбор, который включает в себя большое количество умных систем проверок, профессиональные пробы, отбор на должность и увольнение не знающих или плохо выполняющих свою работу сотрудников.

Хочется отметить, что в России до сих пор существует криминальный бизнес по подделке государственных документов. На этом рынке можно купить поддельный диплом, который не будет ни как внешне отличаться от оригинала, тем самым, недобросовестные кандидаты на должность очень часто обманывают работодателей. Создание общероссийской базы данных действительно закончивших вузы студентов призвано решить эту проблему, но пока резуль-

татов еще нет. Некоторые умные работодатели сами находят выход — они просто звонят в университеты и проверяют действительность дипломов лично.

В российской Федерации постепенно начинают консалтинговые фирмы, которые гарантируют качественный

подбор персонала и поиск новых сотрудников, на случай если этот не подошел или сорвался с испытательного срока. Но естественно, такие услуги могут себе позволить только большие фирмы и то только на закрытие высоких должностей.

Таблица 1. Этапы рекрутинга

1. Кадровое планирование на определенный период времени
2. Разработка критериев, по которым будет производится подбор персонала
3. Формулирование преимуществ организации, благодаря которым кандидатов будут заманивать на эту должность
4. Исследование конкурентов, которые могут переманить потенциальных кандидатов
5. Сбор информации о потенциальных кандидатах на должность и составление их списков
6. Подготовка и составление небольших резюме для наиболее выделяющихся кандидатов
7. Тщательный анализ этих резюме и первый этап отбора среди кандидатов.
8. Составление полных резюме на всех прошедших первый этап кандидатов.
9. Собеседования с этими кандидатами.
10. Оценка результатов собеседования и выбор кандидата который показался лучшим на собеседованиях.
11. Формулирование будущих условий труда кандидата.
12. Оценка и разработка плана по возможным рискам с прошедшим кандидатом
13. Сбор и подготовка документов для принятия кандидата на должность.
14. Ознакомление кандидата с условиями труда и документами.
15. Заключение трудового договора с кандидатом.

«Хэдхантинг». Если переводить дословно, то это означает «Охота за головой». Иногда в конкурентных фирмах работают очень хорошие специалисты, а переманив их в свою организацию можно получить хорошую выгоду — появится новый хороший специалист, а конкурент наоборот его потеряет.

В некоторых случаях, когда у фирмы не хватает специалистов они их переманивают, причем не для того чтобы насолить конкуренту, а для того чтобы просто удержаться самим — некоторые специалисты очень часто отсутствуют на рынке труда, а появляясь быстро находят новую работу.

Но бывают и случаи, когда фирма переманивает специалистов просто для того, чтобы испортить дела конкуренту. Ей не требуется этот специалист, просто переманив его к себе можно избавиться от конкурента (к примеру если этот специалист финансовый директор).

«Хэдхантинг» обычно заманивает кандидатов более высокой зарплатой и обещаниями, что на новом месте ему будет лучше. Переманивание на новое место работы обычно проходит тайно. Если же это выходит на публику то репутация портится всем — и организации которая пыталась переманить и сотруднику конкурентной фирмы. На профессиональных рынках в сфере бизнеса это явление можно очень часто встретить. Это не приветствуется, но однако это очень распространено.

В заключении хотелось бы отметить, что подбор и отбор персонала — одни из самых главных функций менеджмента. Чтобы организация заработала туда нужно привести людей. Чтобы организация работала хорошо надо среди этих людей отобрать хороших специалистов. Это все требует очень много труда и нервов, но дальнейшее функционирование организации зависит именно от того, кого в нее приведут и кто в ней будет работать.

Литература:

1. Жариков В. В., Лыжникова М. А. Инновационные технологии отбора персонала //Экономинфо. 2014. № 21. С. 71–79.
2. Канардов И. В. Эффективный рекрутинг — дальше будет только хуже, готовьте динамит//Управление человеческим потенциалом. 2012. № 3. С. 196–200.
3. Пичугина Н. Ю. Как отдел рекрутинга может повлиять на прибыльность компании?//Управление человеческим потенциалом. 2011. № 2. С. 90–96.
4. Азимов Т. А., Безнощук Л. Ю. Сравнение стилей руководства // Молодой ученый. — 2016. — № 11.
5. Малюгина А. Н., Самохвалова С. М. Современные тенденции управления персоналом в сфере подбора персонала //Управление человеческими ресурсами — основа развития инновационной экономики. 2014. № 5. С. 213–217.

6. Азимов Т. А., Безнощук Л. Ю. Эффективное принятие управленческих решений // Молодой ученый. — 2016. — № 10.
7. Поташник М. М. Управление персоналом: способы подбора кадров // Народное образование. 2012. № 2. С. 105–111.

## Современное состояние экспортного потенциала Свердловской области

Гришина Яна Сергеевна, студент  
Уральский государственный экономический университет

*В статье рассматриваются вопросы, связанные с неоднозначным понятием экспортного потенциала региона. На этой основе конкретизируются составляющие экспортного потенциала Свердловской области и рассматриваются перспективы его развития.*

**Ключевые слова:** экспорт, экспортный потенциал, регион

Экспортный потенциал региона представляет собой двойственное понятие. Если не принимать в расчет, что Россия как государство представляет собой федеративное образование, а не конфедерацию, то регион обладает определенными признаками государства: имеет возможность проводить законотворческую деятельность, разрабатывая региональные законы, обязательные для граждан региона и для экономических субъектов, чья деятельность локализована в регионе; определенными правами в области самоуправления, в том числе и в отношении реализации внешнеторговой деятельности. Россия является федеративным государством, и отмеченные права регионов реализуются не в полном объеме, нося во многом декларативный характер, так как большинство из отмеченных прерогатив делегировано, либо подразумевается неотъемлемыми правами федеральной власти.

Таким образом, юридически регион имеет право вести и ведет внешнеторговую деятельность и в силу этого имеет определенный внешнеторговый потенциал. Однако, по существу, большинство внешнеторговых функций осуществляется на федеральном уровне либо под жестким контролем федеральной власти. Естественным заключением из этой ситуации будет следующее: объем внешнеторговой деятельности региона зависит от соотношения региональных и федеральных полномочий в этом вопросе. Исходя из понимания экспортного потенциала региона как определенной части произведенных на его территории товаров и услуг, соответствующих самым высоким конкурентным параметрам на рынках, где максимальный уровень конкуренции [1, 2], таковым будет являться, следуя логике исследования, все, что может быть реализовано регионом (фирмами, локализованными в регионе) как самостоятельно, так и через посредство федерального центра, несмотря на то, что реально регион имеет только долю от реализованных сделок в составе своего валового регионального продукта (ВРП). Вследствие указанных обстоятельств понятие экспортного потенциала является сложносоставным.

В методологическом плане составляющими компонентами экспортного потенциала региона являются следующие элементы:

- 1) Экспортные товары, произведенные в регионе, но реализуемые наднациональными организациями;
- 2) Транзитная рента, взимаемая за транзит экспортных грузов на территории региона;
- 3) Товары, произведенные в регионе, частично или полностью экспортируемые от лица региона;
- 4) Экспорт услуг;
- 5) Мелкий трансграничный или прибрежный экспорт.

Доля регионального экспортного потенциала, образующегося вследствие экспорта продукции, производимой в регионе самостоятельно, только по результатам лицензирования этой деятельности не зависит от политических конъюнктур, а только от экономических и, поэтому, более стабильна. В отношении этой составляющей у региона имеется больше возможностей для ее наращивания, увеличения доли такого экспорта с помощью собственных и привлеченных средств. Данную часть большинство исследователей расценивают как базовую в составе экспортного потенциала региона [4].

Так как наше исследование экспортного потенциала региона реализуется применительно к Свердловской области, представляется необходимым произвести анализ имеющихся элементов, составляющих конкретное наполнение экспортного потенциала Свердловской области.

По итогам 2015 года Свердловская область продемонстрировала устойчивость своего внешнеэкономического комплекса на фоне негативного влияния мировой конъюнктуры, что подтверждается сохранением положительного сальдо внешней торговли и значительно более низкими в сравнении с общероссийскими темпами снижения показателей. В целом внешнеторговый оборот в прошлом году составил 9,6 миллиарда долларов США. Экспорт достиг 6,8 миллиарда долларов США, импорт — 2,8 миллиарда долларов США.



По-прежнему основу экспорта Свердловской области во внешней торговле со всеми странами составили металлы и изделия из них, продукция химической промышленности, машиностроительные товары. По импорту в область в основном поступали машиностроительная и химическая продукция, металлы и изделия из них [5].

Предприятия и организации региона поддерживали внешнеэкономические связи со 146 странами мира. В первой десятке контрагентов — США, КНР, Нидерланды, ФРГ, Турция, Франция, Италия, Азербайджан, Белоруссия, Швейцария [6].

Устойчивость внешнеэкономического комплекса области объясняется наличием у свердловских предприятий уникальных отраслевых ниш, конкурентоспособностью уральской продукции, а также результатом системной работы областного правительства над диверсификацией внешних рынков и по поддержке экспортеров. В регионе работает система поддержки внешнеэкономической деятельности предприятий малого и среднего бизнеса в рамках реализации «дорожной карты» поддержки доступа на рынки зарубежных стран и поддержки экспорта. Создан региональный центр содействия экспортерам. В 2015 году было проведено 195 международных мероприятий с участием иностранных партнеров, организовано подписание более 40 соглашений и договоров о сотрудничестве Свердловской области с организациями и регионами иностранных государств.

В целом прошедший год показал высокий интерес к сотрудничеству со Свердловской областью у иностранного бизнеса, поскольку современная экономическая ситуация выгодна отечественным экспортерам. В условиях ослаб-

ления курса рубля, а также в связи с созданием условий для производства инновационных и конкурентоспособных товаров в регионе свердловская продукция становится крайне востребованной за рубежом и тем самым открывает новые возможности для ее производителей.

По итогам конкурса «Лучший экспортёр 2015 года», проводимого Министерством инвестиций и развития Свердловской области и региональным фондом поддержки предпринимательства первое место среди предприятий экспортеров занял завод алюминиевых сплавов «Сеал и К», на втором месте предприятие «Эко-групп», которое является производителем фанерной продукции, на третьем — индивидуальный предприниматель Иван Козьменко из Верхней Туры, который занимается деревообработкой — начиная от заготовки до глубокой переработки древесины и утилизации отходов, преобразовывая их в топливные гранулы [7].

Для развития экспортного потенциала региона на базе Свердловского областного фонда поддержки предпринимательства работают сразу два центра: Региональный интегрированный центр (занимается научно-технологическими проектами и международным сотрудничеством со странами ЕС) и Международный центр (занимается развитием международных связей со странами Азии и СНГ). Центры активно взаимодействуют с торговыми представительствами России по всему миру, организуют визиты делегаций за рубеж на отраслевые форумы и выставки, софинансируют лицензирование, сертификацию товаров для экспорта, проводят практические семинары. В таблице 1 приведены основные торговые партнеры Свердловской области.

Таблица 1. Страны — основные торговые партнеры<sup>1</sup>

	2011 год		2012 год		2013 год		2014 год	
	долл. США	к итогу	долл. США	к итогу	долл. США	к итогу	долл. США	к итогу
Экспорт, всего	8063,7	100	9078,7	100	7225,5	100	7667,9	100
из него:								
Великобритания	414,5	5,1	420,9	4,6	155,2	2,1	265,1	3,5
Германия	451,3	5,6	581,8	6,4	604,2	8,4	395,9	5,2
Египет	27,9	0,4	28,0	0,3	48,7	0,7	62,7	0,8
Индия	291,2	3,6	318,6	3,5	184,2	2,5	229,0	3,0
Италия	281,7	3,5	341,6	3,8	256,4	3,5	154,9	2,0
Китай	199,3	2,5	142,2	1,6	113,1	1,6	182,3	2,4
Нидерланды	1049,4	13,0	943,2	10,4	804,9	11,1	933,5	12,2
США	1447,5	18,0	1504,6	16,6	1499,3	20,8	1720,0	22,4
Тайвань	19,5	0,2	76,9	0,8	67,1	0,9	99,6	1,3
Турция	589,0	7,3	562,8	6,2	496,6	6,9	505,4	6,6
Импорт, всего	3283,6	100	2878,4	100	2802,5	100	3063,3	100

<sup>1</sup> Данные Уральского таможенного управления ФТС России (без энергетической таможи и без учета торговли с Республикой Беларусь и Республикой Казахстан). За 2010–2013 гг. указаны объемы по экспорту и импорту товаров, продекларированные в таможнях Уральского региона. За 2014 г. объемы по экспорту и импорту товаров участников ВЭД Свердловской области указаны независимо от места совершения ими таможенных операций.

	2011 год		2012 год		2013 год		2014 год	
	долл. США	к итогу	долл. США	к итогу	долл. США	к итогу	долл. США	к итогу
из него:								
Германия	551,2	16,8	325,9	11,3	394,6	14,1	470,3	15,4
Италия	150,6	4,6	166,5	5,8	190,1	6,8	200,6	6,5
Китай	581,2	17,7	546,0	19,0	550,0	19,6	620,4	20,3
Нидерланды	55,2	1,7	60,1	2,1	57,5	2,1	126,4	4,1
США	227,9	6,9	228,3	7,9	255,4	9,1	216,5	7,1
Украина	298,2	9,1	343,6	11,9	163,7	5,8	119,6	3,9
Узбекистан	74,2	2,3	43,8	1,5	25,1	0,9	5,0	0,2
Финляндия	61,6	1,9	47,8	1,7	41,2	1,5	46,6	1,5
Франция	239,8	7,3	211,2	7,3	70,7	2,5	78,2	2,6
Япония	90,5	2,7	88,6	3,1	72,2	2,6	121,2	4,0

Теперь экспортно-ориентированные малые и средние предприятия региона при поддержке Центра могут компенсировать до 50 % расходов на получение необходимых для экспорта сертификатов и разрешений. Господдержкой уже воспользовались 3 компании, поставляющие свою продукцию в Чехию (поставка ультразвуковых генераторов), Австрию (поставка аппаратно-программного комплекса), Узбекистан (поставка фильтр-пресса). Сэкономить половину средств экспортеры Свердловской области смогут и при патентовании продукта, в том числе за рубежом. На сегодняшний день в рамках поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства ведется работа по подготовке заявок на выдачу патентов по 5 объектам интеллектуальной собственности: кабельному вводу, системе бесконтактной очистки загрязнения стекла термокожуха камеры наблюдения, пожарной автоматике, структурированному из-

делию (материалу), обладающему рядом новых свойств, дизайну — внешнему виду изделия.

Помимо непосредственного возмещения части расходов на сертификацию, для предпринимателей за счет бюджетных средств организовали также консультационную помощь по вопросам таможенного регулирования, бухучета, налогообложения и других аспектов внешнеэкономической деятельности. Только за прошедший период 2015 года при консультационном содействии Центра были реализованы поставки по 8 экспортным контрактам, еще 2 проекта находятся в подготовительной стадии и скоро будут осуществлены.

Таким образом, для дальнейшего развития экспортного потенциала Свердловской области необходимо дальше развивать работу Регионального интегрированного центра, расширять применение господдержки для предприятий, поставляющих продукцию на экспорт.

#### Литература:

1. Медведев, П. М. Факторы эффективности экспорта российских предприятий / П. М. Медведев // Регион. — 2015. — № 2. — С. 64–82.
2. Михайловский, В. П. Формирование новой парадигмы развития внешнеэкономической деятельности региона / В. П. Михайловский // Российский экономический журнал. — 2016. — № 4. — С. 37–49.
3. Закон Свердловской области от 21 декабря 2015 г. N 151-ОЗ «О Стратегии социально-экономического развития Свердловской области на 2016–2030 годы».
4. Перунов, С. Ю. Составляющие экспортного потенциала региона / С. Ю. Перунов — URL: <http://oaji.net/articles/2014/245-1394365258.pdf> (дата обращения: 01.04.2016).
5. Татаркин, А. И. Развитие внешнеэкономической деятельности России на основе использования особенностей социально-экономического комплекса региона / Татаркин А. И. и др. // Экономика региона. — 2009. — № 1. — с. 126.
6. Провал во внешней торговле. — URL: <http://urbc.ru/1068053660-proval-vo-vneshney-torgovle.html> (дата обращения: 02.05.2016).
7. Названы лучшие экспортеры региона среди малого и среднего предпринимательства. — URL: <http://www.midural.ru/news/list/document81258/> (дата обращения: 01.05.2016).

## Режим порто-франко: исторический опыт и современные перспективы

Гудков Константин Александрович, стажёр

Производственный кооператив «Бетонщик» (г. Находка, Приморский край)

Разберемся в том откуда пошел термин порто-франко. Как известно, данное явление имеет итальянские корни и несет понятия Приморской Гавани, которая обладает беспошлинной торговлей и не обременённым налоговым режимом.

На сегодняшний день термин порто-франко чаще всего определяет территорию, внутри которой могут располагаться объекты либо производственной, либо социальной инфраструктуры и действуют другие, оговорённые соответствующими соглашениями и государственными нормативными актами особенности экономического регулирования.

Понятие системы порто-франко прежде всего обеспечивала для Владивостока возможность ввоза заграничных товаров, назначения как промышленного так и сельскохозяйственного для того чтобы использовать на местных рынках [3, с.3].

Также данные товары использовались для провоза по местным путям сообщения. Режим порто-франко принес положительный результат для развития территории. Не стоит забывать и о том, что такой режим позволил российскому Дальнему Востоку с точки зрения продуктивности обрести развития как экономических, так и торговых отношений. Опять же режим порто-франко уже действовал на российской территории в пределах 5 городов и отразил своё существование весьма положительным результатом [1, с.60].

Справедливости ради нужно сказать, что создание «сети» порто-франко на российском Дальнем Востоке началось 27 августа 1828 года, когда Сенатским указом о разрешении на Камчатке заграничной торговли был установлен режим порто-франко на Камчатке.

В соответствии с таким документом на 10 лет было разрешено беспошлинно ввозить на Камчатку иностранные товары (кроме чая, рома, водки и других крепких напитков), а также беспошлинно вывозить российские товары.

1 ноября 1856 года и 4 ноября 1857 года была разрешена беспошлинная иностранная торговля в портах Приамурского края, на устьях Амура и вверх по реке. 22 декабря 1860 года режим свободной торговли иностранными товарами был распространён и на все порты Приморской области Восточной Сибири «для упрочнения поселений по Уссури, для большего обеспечения потребностей жителей Охотска и Петропавловска» [4, с.28].

Этот режим привлекал как зарубежный товар, так и иностранные инвестиции. Согласно исторической справке только за период с 1883 года по 1899 год объем грузооборота Владивостока увеличился с 47,8 тыс. т. до 333,3 тыс. т., или почти в 7 раз.

Современники отмечали, что во Владивостоке «всякая вообще американская вещь стоит втрое дешевле,

чем в Америке». Именно тогда Приамурье стало эффективным сельскохозяйственным регионом, чему немало способствовал режим порто-франко.

Увеличились темпы освоения региона и снабжения российской армии, в особенности, военно-морского флота. К тому же Россия утвердилась в дальневосточном регионе. Благодаря режиму порто-франко экономика региона была создана с нуля: до этого, по сути, не было ни рынка, ни капитала, ни рабочей силы.

Одной из главных особенностей дальневосточного порто-франко было распространение режима беспошлинной торговли на огромную территорию Восточной Сибири. Административно вошедшее в 60-е годы XIX в. в состав Российской империи, Приамурье многие десятилетия существовало вне ее таможенной границы, которая вплоть до 1900 г. проходила в районе оз. Байкал. Именно здесь была устроена так называемая таможенная линия, обозначившая на долгие годы самую восточную таможенную черту России [2, с.90].

На сегодняшний день задача обновленного порта — привлечь к себе максимальное количество поставщиков и инвесторов, в том числе из стран Азиатско-Тихоокеанского региона (АТР). Для этого здесь создадут такие условия для предпринимателей, чтобы Владивосток смог легко конкурировать с зарубежными портами.

Налоговый режим будет не только самым льготным в стране, но и вполне сопоставим с режимами наших соседей по АТР. На десять лет бизнесу разрешат платить по сниженным тарифам страховые взносы в социальные фонды — в пределах 7,6 процента. Сейчас это 30 процентов.

Будет значительно сокращено время проведения контрольных проверок, сроки получения необходимых документов для строительства. Всего за десять дней компании смогут вернуть себе налог на добавленную стоимость.

Каждую позицию тщательно обсуждали. В Минвосток-развития рассказали, что в разработку пакета законов по порту было вовлечено более 700 экспертов.

Именно благодаря этим консультациям решили ввести особые ставки по налогу на прибыль: 0 процентов по части налога, которая зачисляется в федеральный бюджет, и не более 5 процентов для региональной казны. Эти ставки будут применяться в течение пяти лет.

Предусмотрено также освобождение от налогов на имущество и землю, беспошлинный и безналоговый ввоз и вывоз иностранных товаров, а также их хранение на территории первого Свободного порта.

Управляющую компанию Владивостока определит правительство. По мнению министра по развитию Дальнего Востока Александра Галушки, очень важно, что закон дает дополнительную защиту резидентам Свободного порта Вла-

дивосток. Управляющая компания, например, получила право представлять и защищать интересы обратившихся к ней резидентов в суде, предъявлять иски по делам, возникающим из административных и иных публичных правоотношений, о защите прав и законных интересов неопределенного круга юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, имеющих статус резидентов [4, с.35].

Учитывая современные тенденции в создании и развитии СЭЗ, находящихся на территории большинства стран мира, было бы, на наш взгляд, правильным дополнить действующую классификацию СЭЗ мононациональ-

ными интеграционными СЭЗ, расположенными на территории одного государства и действующими по его законам, а также и международными СЭЗ, охватывающие территорию группы государств и действующие по общим для них правилам с целью совместной деятельности, освоения и использования имеющихся ресурсов и (общей) инфраструктуры.

Закрытая в XX в. императорская «дверь» порто-франко во Владивостоке может быть открыта новой демократической Россией как «президентская дверь» в новый XXI век — век Азии, век Арктики, век Океана, век России.

Литература:

1. Анализ и планирование налоговых поступлений: теория и практика / А. Б. Паскачев, Ф. К. Садыгбв, В. И. Мишин, Р. А. Саакян и др.; под ред. Ф. К. Садыгова. — М.: Издательство экономико-правовой литературы, 2014. — 232 с.
2. Матрусов, Н. Д. Региональное прогнозирование и региональное развитие России: Монография / Н. Д. Матрусов. — М.: Наука, 2015. — 221 с. 17.
3. Айвазов А. А. Методические подходы к оценке бюджетно-налогового потенциала региона / А. А. Айвазов // Аудит и финансовый анализ. — 2012. — Вып. 4. — С. 1—3.
4. Дадашев, А. З. Тенденции и факторы инвестиционной активности: региональный аспект / А. З. Дадашев, А. Б. Басе // Научно-практический и аналитический журнал «Региональная экономика: теория и практика». — 2012. — № 9. — С. 28—36.

## Развитие малого и среднего бизнеса в Санкт-Петербурге после 2007 г.

Гурьянов Павел Алексеевич, кандидат экономических наук, ассистент  
Санкт-Петербургский государственный горный университет

*В работе анализируется развитие малого и среднего бизнеса в Санкт-Петербурге в сравнении с Северо-Западным федеральным округом.*

**Ключевые слова:** экономика Санкт-Петербурга, малый бизнес, средний бизнес, структура рынка, лоббирование, кооперация малого, среднего и крупного бизнеса, средний класс в России, драйверы экономического развития.

В 2007 г в России было изменено законодательство установившее новые критерии определения малого предпринимательства и введены количественные характеристики в отношении новых образований, таких как микропредприятия и средний бизнес.

За период 2008—2013 гг. (см. табл. 1) в Санкт-Петербурге и в Северо-Западном федеральном округе существенно увеличилось число микропредприятий, значительно — малый бизнес и произошло снижение числа средних предприятий.

Определенное удивление вызывают статистические данные за 2010 г., когда произошло ошеломительное увеличение числа средних предприятий, что сложно объяснить. Возможно, что часть малых предприятий преодолели определенные пороги и перешли в разряд среднего бизнеса.

На 1 января 2016 г. в Санкт-Петербурге было 19739 малых предприятий без микропредприятий). За 7 лет их число увеличилось в городе на 28 %.

Анализ статистических данных свидетельствует о том, что по итогам 2015 года оборот малых предприятий (без микропредприятий) в Санкт-Петербурге составил 1172,1 млрд рублей, что больше на 13,7 % чем в 2008 г.

Данные об обороте бизнеса (см. табл. 2) свидетельствуют о том, что в Санкт-Петербурге произошел рост оборота в микропредприятиях и малых предприятий (рост символический) С учетом же числа малых предприятий, то на 1 такое предприятие оборот даже снизился. Оборот средних предприятий сократился, но не так существенно как их численность. По Северо-Западному федеральному округу произошел скромный рост оборота по всем анализируемым категориям предприятий.

Микропредприятия в Санкт-Петербурге занимают в общей численности малого и среднего бизнеса по итогам 2008 г. — 87,4 %, а уже в конце 2013 г. — 91,2 %. По федеральному округу цифры еще выше, в 2008 г — 83,9 %, а в 2013 г. — 89,8 %.

В таблице 3 рассматриваем качественные показатели по Северо-Западному федеральному округу и отдельно по Санкт-Петербургу.

В северной пальмире рост составил более чем в 1,6 раза, в то время как по всему федеральному округу более чем в 1,7 раза.

Таблица 1. Развитие малого и среднего бизнеса в Санкт-Петербурге и в Северо-Западном федеральном округе (2008г = 100%), на конец каждого года

Год	Санкт-Петербург			Северо-Западный федеральный округ		
	микро	малый бизнес	средний бизнес	микро	малый бизнес	средний бизнес
2008	100	100	100	100	100	100
2009	136,0	108,1	86,5	133,3	98,9	95,6
2010	95,0	88,0	229,4	111,9	88,4	175,7
2011	131,9	108,0	92,6	132,4	100	98,2
2012	173,2	119,3	86,8	168,2	106,2	87,6
2013	174,7	117,6	81,9	172,7	103,4	84,1

Таблица 2. Оборот малого и среднего бизнеса в Санкт-Петербурге и в Северо-Западном федеральном округе (2008г = 100%), на конец каждого года

Год	Санкт-Петербург			Северо-Западный федеральный округ		
	микро	малый бизнес	средний бизнес	микро	малый бизнес	средний бизнес
2008	100	100	100	100	100	100
2009	100,4	95,2	63,0	96,3	90,2	75,4
2010	184,8	101,9	233,2	116,1	107,4	209,9
2011	131,9	102,4	85,1	99,0	109,3	109,3
2012	159,9	102,4	94,9	116,1	111,1	112,3
2013	161,9	103,7	90,5	117,6	116,1	105,3

Таблица 3. Качественные показатели развития численности микропредприятий в Санкт-Петербурге и Северо-Западном федеральном округе в расчете на 10 жителей, на конец каждого года

Год	Санкт-Петербург		Северо-Западный федеральный округ	
	Число малых предприятий в расчете на 100 жителей	Число малых предприятий в расчете на 100 занятых в экономике	Число малых предприятий в расчете на 100 жителей	Число малых предприятий в расчете на 100 занятых в экономике
2008	2,32	4,51	1,27	2,52
2009	3,14	6,18	1,69	3,4
2010	2,16	4,24	1,42	2,86
2011	2,96	5,84	1,67	3,38
2012	3,84	7,62	2,12	4,29
2013	3,77	7,59	2,17	4,40

Оборот микропредприятий за период с 2008 по 2013гг увеличился в Санкт-Петербурге на 61,9%, оборот средних предприятий за тот же период в Северной Пальмире снизился на 10,6%. Аналогичные показатели по Северо-Западному федеральному округу показывают рост на 17,6% и на 5,3%. Можно предположить, что далеко не все инструменты господдержки для микропредприятий, могут быть, также, эффективны для поддержки среднего бизнеса. Если раньше мало внимания уделяли субъектам малого предпринимательства (включая микропредприятия), то теперь выпадает из поля господдержки, именно, средний бизнес. Мы

данный феномен не только по Санкт-Петербургу, а по всей России уже констатировали. [10]

Оборот малого бизнеса без учета микропредприятий в Санкт-Петербурге за период с 2008 по 2015 гг. увеличился на 13,7%.

Санкт-Петербург является городом федерального значения, в данном контексте, определенный интерес имеет сравнение показателей, с другим городом, имеющим подобный статус — г. Москва (табл. 4) Как мы видим г. Санкт-Петербург удался за период 2008–2012 гг. существенный прорыв, более чем на 50%. В то время как Мо-

скве за данный период времени произошло незначительное снижение. Можно предположить, что в столице России, где находятся головные офисы множества крупных компаний страны, интересы малого и среднего бизнеса представляются малозначительными, так же как и их вклад в ВРП.

Считается, что существующие региональные границы, поддержанные административно, блокируют процессы со-

циально-экономического развития, регионы-лидеры пока слабо влияют на развитие других территорий. Надо более эффективно воспринимать дотационным регионам эффективные программы поддержки субъектов малого предпринимательства. [14; 15]

Основной оборот в структуре малого и среднего бизнеса обеспечивает малый бизнес, в отличие от числа предприятий где лидируют микропредприятия. В 2008 г.

Таблица 4. Число малых предприятий на 10 000 человек населения в Санкт-Петербурге и Москве

Год	Санкт-Петербург	Москва
2008	277	207
2012	420	201
2014	419	201

Брялина Г. И. утверждает, что результативность программ поддержки малого бизнеса на региональном уровне в 2007–2011 гг. оказалась на низком уровне. [6] В Санкт-Петербурге организована более эффективная программа поддержки субъектов малого предпринимательства. [9; 11]

В определенный момент государственные программы поддержки занялись в стране раздачей на безвозмездной основе денежных средств, за выполнение одного условия — регистрации малого (микропредприятия) предприятия. В результате число малых предприятий выросло, но они оказались пустышками, зафиксированы и случаи мошенничества, когда денежные средства передавались определенному, близкому к распределителям кругу лиц. Данный эффект был нами выявлен, когда рост числа малых предприятий в стране приводил к снижению валового внутреннего продукта, на первый взгляд, это казалось абсурдным, но в дальнейшем было подтверждено и другими исследованиями. [7–8]

Недостаточно применяется субсидирование как фактор развития малого бизнеса в регионах страны. Малоразвита кооперация малого и среднего бизнеса с крупными предприятиями. [2] Ощущение, что крупный бизнес мало заинтересован в такой кооперации и гораздо больше рассчитывает на лоббирование своих интересов на различных уровнях власти.

Ряд экспертов считают, что у мелких предпринимателей низкий уровень технической оснащенности и грамотности в управленческой сфере. В данной ситуации, необходимо обеспечить данную категорию современными программами повышения квалификации и программами переподготовки. [1]

В условиях нестабильности мировой и отечественной экономики малые предприятия являются оптимальной формой производства в условиях повышенного риска. Кроме этого, очевидно, что одна из составляющих функций малого бизнеса — вовлечение в производство матери-

альных и финансовых сбережений населения и генерирование новых рабочих мест, которые необходимы, так как в стране, растет безработица. [4–6; 13]

Еще в 2001 г. С. А. Иванов писал, что «приходится констатировать, что в настоящее время колоссальный потенциал малого бизнеса не использован в России. Это обстоятельство не просто досадно, оно чрезвычайно опасно и для российской экономики и политической стабильности в стране». [12]

На дворе уже 2016 г., а высказывание профессора все еще актуально, особенно про угрозу политической стабильности, ведь в огромных протестных митингах (2011–2012гг) выступал, прежде всего, средний класс России, который на данный момент времени не способен в массе своей самореализовываться в малом и среднем предпринимательстве. Одна из базовых функций у среднего класса, является функция гаранта стабильности общества. Впервые о данной глобальной роли среднего класса в обеспечении стабильности государства писал Аристотель в своем трактате «Политика», где средний класс был назван наилучшим из всех классов, ибо он заинтересован в развитии государства и избегает крайностей, свойственных богатым и бедным, тем самым стабилизируя его. [3]

Вышеизложенные выше обстоятельства, а точнее внутренние угрозы (на которых хотят поиграть внешние противники российской государственности), могут, снова, привести к новой волне массовых протестов в России, осенью 2016. В данной ситуации, разрушительный эффект определенного разочарования и душевной пустоты предприимчивых граждан страны надо направить на созидание новой экономической мощи российской экономики, ибо малый и средний бизнес должен стать одним из главных драйверов экономического роста в стране. Данный процесс неизбежен и чем раньше мы его начнем, тем быстрее сможем изменить устаревшую структуру российской экономики.

#### Литература:

1. Васильева А. С., Васильев П. А. Современные особенности развития малого предпринимательства в Архангельской области // Финансовая аналитика: проблемы и решения. 2013. № 22. С. 23–30.

2. Винокуров С. С. Субсидирование как фактор роста экономики региона // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена, 2008. № 69. С. 52–57.
3. Владыкина М. И. Средний класс России: социальные функции в условиях модернизации общества // Вестник Московского университета, Сер. 18: Социология и политология, 2012 № 1 С. 111–122.
4. Волович В. Н. Мировой кризис в российском измерении // Проблемы современной экономики. 2009. № 3. С. 111–114.
5. Волович В. Н. Модернизация и социальный прогресс // Проблемы современной экономики. 2014. № 1. С. 19–23.
6. Гурьянов П. А. Анализ состояния малого бизнеса в России 2008–2011 гг. // Молодой ученый. 2012. № 2. С. 116–118.
7. Гурьянов П. А. Взаимодействие государства с малым бизнесом // Современные подходы к исследованию и моделированию в экономике, финансах и бизнесе: Материалы конференции Европейского университета в Санкт-Петербурге и Санкт-Петербургского экономико-математического института РАН. — СПб.: Изд-во Европейского университета в Санкт-Петербурге, 2008. — С. 51–54.
8. Гурьянов П. А. Совершенствование механизма взаимодействия предприятий малого промышленного бизнеса и государства: дис... канд. экон. наук. — М., 2011
9. Гурьянов П. А. Состояние и тенденции развития малого предпринимательства в Санкт-Петербурге в 1999–2007 гг. // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2016. № 5–1. С. 93–96.
10. Гурьянов П. А. Средний бизнес в Российской Федерации существует? // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2016. № 2–1. С. 137.
11. Евсеева О. А., Бабкин А. В. Формирование методики оценки эффективности государственной поддержки малых и средних предприятий // Известия Иркутской государственной экономической академии. 2014. № 6. С. 79–84.
12. Иванов С. А. Государственная поддержка малого предпринимательства в условиях нестабильности внешней среды. Автореф. дис. ... докт. экон. наук — СПб., 2001
13. Курпаяниди К. И. Некоторые вопросы конкурентных преимуществ предприятий малого бизнеса // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2013. № 2. С. 97–99.
14. Мурзин А. Д. Система экономических проблем развития урбанизированных территорий // Актуальные вопросы экономических наук. 2011. № 22–2. С. 40–44.
15. Мурзин А. Д. Систематизация показателей состояния урбанизированных территорий // Экономика и эффективность организации производства. 2012. № 17. С. 40–44.

## Совершенствование системы стимулирования труда персонала

Данилова Инесса Сергеевна, студент;

Чепурнова Юлия Михайловна, студент

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса

*Проблемы мотивации работников предприятий остаются в настоящее время очень актуальными, так как от правильно разработанных систем мотивации зависят результаты деятельности предприятий, особенно при внедрении в производство инновационных технологий и мероприятий научно-технического прогресса. «Мотивация» и «стимулирование» два близких понятия, однако, если понятие «стимул» употребляется в основном для обозначения материального или морального поощрения, то «мотив» используется более широко и охватывает все стороны поведения работника. В деятельности предприятия стимулирование играет огромную роль, так оно направлено на мотивацию работника к эффективному и качественному труду, который не только покрывает издержки работодателя на организацию процесса производства, оплату труда, но и позволяет получить определенную прибыль. Прибыль предприятия (организации) не используется только для нужд работодателя, а идет на выплату налогов в федеральный и местный бюджеты, на расширение производства.*

Таким образом, стимулирование труда работников играет важную роль для развития экономики страны. В настоящее время недооцениваются кадровые вопросы. Нужно учесть, что выходу из кризиса будут способствовать специалисты высшей квалификации. Их главная задача со-

стоит не только в совершенствовании управления человеческими ресурсами, но и в разработке новых мотивационных моделей, способствующих справедливой оплате, распределению социальных благ, а также планированию карьеры работников. Разработка и практическое применение новых

мотивационных систем непосредственно в организациях (предприятиях), позволяют привлекать в большей степени новых высококвалифицированных специалистов, способных управлять как малыми, так и большими коллективами, ориентируясь преимущественно при этом на индивидуальное мотивирование в соответствии с количеством и качеством труда работника. Личные, коллективные и общественные интересы имеют противоположную направленность.

В современной России многие отечественные промышленные предприятия внедряют новые механизмы управления с целью обеспечения требуемого уровня эффективности деятельности. В ситуации мирового финансового кризиса перед руководителями предприятий встает задача создать такие механизмы управления, которые будут способны обеспечить максимальную эффективность бизнеса в целом. Безусловно, данная задача является комплексной, и для ее решения необходимо реализовывать целый ряд мероприятий, нацеленных на оптимизацию всех управленческих и экономических процессов функционирования предприятий. С одной стороны, практика антикризисных мер показала, что первостепенными объектами оптимизации стали процессы и системы управления человеческими ресурсами, особенно система оплаты и стимулирования труда персонала. И это небезосновательно: оплата труда работников — одна из весомых статей затрат любых предприятий, собственники которых, хотят получить инструмент управления данной статьей, понимая, где находятся рычаги возможной оптимизации и влияния на результативность деятельности работников.

В разработку вопросов оплаты и стимулирования труда в организациях внесли существенный вклад труды таких зарубежных и отечественных ученых как Л. Аллен, А. Н. Беляев, И. Ф. Беляева, Э. Бреч, В. Н. Бобков, М. Вебер, Н. А. Волгин, Г. Гантт, Л. Гьюлик, А. В. Давыдов, А. Л. Жуков, А. Ф. Ивлев, Р. Каплан, Ю. П. Кокин, И. М. Маложон, О. И. Меньшикова, Ю. В. Михайлов, Дж. Муни, Д. Нортона, А. С. Овсянников, Ю. Г. Одегов, А. Рилей, А. А. Соболевская, С. Томпсон, Ф. У. Тэйлор, Л. Урвик, А. Файоль, М. Фоллет, Р. И. Хендерсон, Д. В. Хлебников, Х. Хэтзуэй, Р. Шелтон, Х. Эмерсон, Р. А. Яковлев и др.

Следует отметить, что, несмотря на большой интерес ученых к проблемам построения системы оплаты и стимулирования труда персонала промышленных предприятий, не все их аспекты в достаточной степени проработаны. Это связано не только с трудоемкостью и отраслевой спецификой исследований, но и с недостаточной проработкой ряда методологических вопросов, таких как разработка методики формирования постоянной части оплаты труда на основе принципа «за содержание труда» в рамках тарифной системы оплаты труда, разработка методики формирования переменной части оплаты труда на основе показателей эффективности трудовой деятельности, а также разработка методики внедрения системы оплаты и стимулирования труда персонала промышленных предприятий.

Современный специалист является экономически активной ячейкой общества: он ищет такую работу, которая приносила бы не только удовлетворение, но и достойную заработную плату и признание коллег. Все вышеперечисленное в совокупности становится актуальной моделью мотивации персонала, готового продавать свое рабочее время и расти в профессиональном плане.

Редкий руководитель не стремится привлечь в свою компанию грамотного и думающего специалиста, но зачастую впоследствии такой работник становится лишь средством для получения прибыли, а его личные качества отходят на второй план. Подобная прибыль, основанная на безграмотной эксплуатации персонала, будет существовать недолго: рано или поздно работник уволится, и предприятию вновь будет искать человека на вакантную должность, расходуя время и материальные ресурсы и одновременно теряя прибыль.

Мотивация труда сегодня — одна из важнейших функций менеджмента, представляющая собой стимулирование работника или групп работников к деятельности по достижению целей предприятия через удовлетворение их собственных потребностей.

Стимулирование труда складывается из двух составляющих — материальной, которая является наиболее понятной для всех групп работников, занятых в разных сферах деятельности, и моральной, предполагающей признание личностных качеств человека.

Согласно разработанным концепциям основными формами материального стимулирования труда являются:

- заработная плата, премии и надбавки, характеризующие оценку вклада конкретного работника в результаты деятельности предприятия. Заработная плата должна быть прежде всего конкурентоспособной, так как именно она является ключевым фактором при выборе места работы. К сожалению, на данный момент эта форма материального стимулирования на многих предприятиях не выполняет своей роли в повышении результативности труда и производства, а зачастую и сдерживает эти процессы. Различные премии все чаще выплачиваются с постоянными коэффициентами, которые не изменяются в зависимости от результатов деятельности предприятия;
- система внутрифирменных льгот, к которым относятся частичная оплата питания или проезда к месту работы, продажа продукции предприятия его сотрудникам по льготным ценам, предоставление беспроцентных ссуд или кредитов по низким процентным ставкам, доплата за стаж работы на предприятии, страхование работников за счет предприятия. Наряду с достойным уровнем заработной платы система внутрифирменных льгот является одной из наиболее действенных форм стимулирования труда, ведь она наглядно демонстрирует, что предприятие заботится о своих сотрудниках, позволяя им экономить



время и средства, одновременно действуя в интересах организации.

Наряду с материальными выделяются моральные формы стимулирования труда работников:

- продвижение работника по карьерной лестнице, оплата обучения на курсах повышения квалификации, организация стажировок. Такой вид морального стимулирования особенно привлекателен для начинающих специалистов, поскольку они более активны и мобильны. В то же время важно, чтобы система продвижения работников по службе была четкой. Человек должен понимать, что конкретно ему нужно сделать сегодня, чтобы получить повышение завтра. Именно этим грешит большинство российских предприятий: принимая на работу сотрудника, от менеджеров таких компаний можно услышать лишь фразу «возможен карьерный рост», а не четкую последовательность действий;
- нематериальные льготы персоналу: предоставление права на скользящий график работы в зависимости от загруженности предприятия, более ранний выход на пенсию, предоставление отгулов или дополнительных отпусков за особые достижения в работе, организация летнего отдыха детей и взрослых. Такими льготами в основном располагают предприятия тяжелой и нефтяной промышленности, где предоставление нематериальных льгот связано с тяжелыми условиями труда;
- создание благоприятной атмосферы среди работников предприятия, устранение административных и статусных барьеров. Подобная форма стимулирования труда действительно благоприятно сказывается на финансово-хозяйственной деятельности организации, поскольку сотрудники ощущают поддержку и взаимопонимание внутри коллектива, работают «на одной волне» — эффективность такого труда гораздо выше. Созданию такой атмосферы во многом способствуют проведение корпоративных вечеров, спортивных праздников, участие организации в городских (региональных) мероприятиях.

Основной целью любой из вышеперечисленных форм стимулирования труда является реализация интересов предприятия, к которым относятся увеличение объемов выручки, интенсификация сбыта, повышение производительности труда и снижение себестоимости продукции. Чтобы определить, насколько цель достигнута предприятием, экономисты проводят анализ эффективности стимулирования трудовых ресурсов, который показывает, в какой мере затраты на материальное и моральное стимулирование работников оправданы, произошел ли прирост продукции, снизилась ли себестоимость.

Традиционно понятие труда определяют как целесообразную деятельность человека, направленную на сохранение, видоизменение, приспособление среды обитания для удовлетворения своих потребностей, на производ-

ство товаров и услуг. Более того, если рассматривать «труд» как ключевое понятие экономики труда, то нельзя не определить связь труда с системой оплаты и стимулирования труда — что получает субъект труда за свой труд, как и каким образом стимулируется работник на достижение им требуемых результатов эффективности труда, какие мотиваторы трудовой деятельности являются ключевыми.

На эффективность трудовой деятельности работника в любой отрасли народного хозяйства влияет множество факторов, основными из которых являются мотивы работника в удовлетворении собственных потребностей, базирующихся на принципах применения:

1) подавляющая часть потребностей может быть удовлетворена только комбинацией нематериальных (в т. ч. организационных, т. е. заложенных в системе управления) и материальных факторов;

2) различные категории работников должны мотивироваться по-разному;

3) определение соотношения различных факторов мотивации лежит в формулировке целей предприятия, конкретного подразделения, работника в разрезе общих целей предприятия. При этом система оплаты и стимулирования труда должна базироваться на принципе баланса удовлетворения интересов и потребностей работодателя и конкретного работника. Потребности человека всегда являются уникальными, учесть которые в рамках предприятия достаточно сложно, однако разрабатывая систему оплаты и стимулирования труда работников, всегда можно типологизировать объекты по схожим характеристикам и использовать различные методы и формы оплаты и стимулирования труда. В рамках настоящего исследования рассмотрена одна из вариаций потребностей пирамиды Маслоу, которая позволяет через ее трансформацию (поворот на 90%) по-новому подойти к определению места и роли факторов стимулирования труда (см. рисунок 1).

Тарифная сетка и схема должностных окладов часто построена таким образом, что специалисты, выполняющие равную по сложности и уровню ответственности работу и обладающие сопоставимым уровнем квалификации, могут получать существенно дифференцированный уровень должностного оклада/тарифной ставки. При этом уровень оплаты труда соответствует чаще всего формальному названию должности (квалификационной категории), а не выполняемой работе.

1. Нередко встречаются ситуации, при которых тарифные ставки рабочих одной профессии и одинакового разряда могут существенно отличаться в различных цехах и участках (при сопоставимом уровне сложности выполняемых работ) без обоснования причин дифференциации.

2. Отсутствуют правила и критерии дифференциации уровней оплаты для руководителей одного уровня управления, специалистов различных квалификационных категорий, рабочих разных профессий.

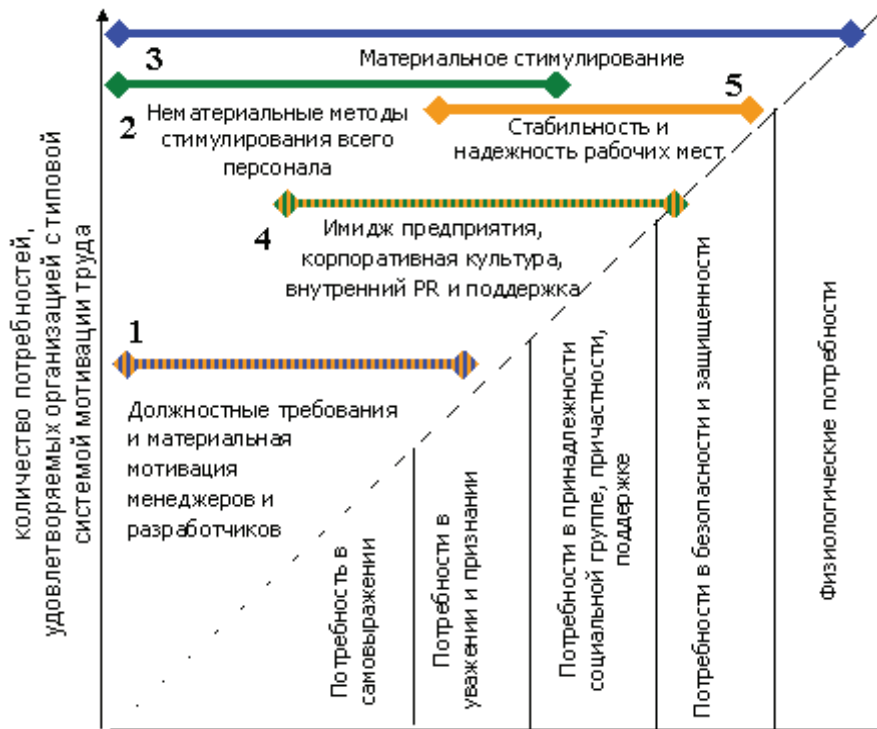


Рис. 1. Место и роль факторов мотивации и стимулирования труда

3. Не регламентированы принципы установления и изменения должностных окладов/ тарифных ставок, что делает систему оплаты труда непрозрачной и ведет к нарушению правил планирования и расходования средств на оплату труда (фонда оплаты труда).

4. В структуре дохода работников часто присутствует большое количество доплат и надбавок, что снижает прозрачность системы оплаты труда, при этом характер доплат и надбавок, как правило, является «дотягивающим» до требуемого уровня оплаты, а не стимулирующим.

5. Переменная часть оплаты труда не обладает стимулирующим характером, в системе премирования отсутствуют механизмы влияния на производственное поведение работников, премия воспринимается большинством работников как постоянная составляющая дохода, при этом основанием для выплаты является исправное выполнение должностных обязанностей, а не достижение требуемых результатов труда.

6. Значительная часть показателей премирования не привязана к зоне закрепленной ответственности работника, то есть приводит к ситуации, при которой отсутствует персональная ответственность за выполнение показателей эффективности труда, а распределение премиального фонда на индивидуальном уровне не проработано до конкретных механизмов.

7. Локальные нормативные акты по оплате и стимулированию труда являются формальными и не определяют механизмы управления постоянной и переменной частями оплаты труда, рядовым работникам часто непонятна существующая система оплаты и стимулирования труда.

Подтверждением актуальности выявленных проблем являются выводы, сделанные автором в ходе анализа системы оплаты и стимулирования труда работников УК «Влад Дом».

Управляющая Компания «Влад-Дом» создана на базе ООО «Дальневосточная Жилищная Компания «МАЯК». Наш опыт работы в ЖКХ с 2005 года, позволил нам перейти в новое качество работы по содержанию и ремонту общего и частного имущества в многоквартирных домах. Наши инженеры, техники и специалисты обслуживают и ремонтируют сложные системы жизнеобеспечения домов, а собственная аварийная служба справляется с любой ситуацией.

Материально-техническая база Управляющей Компании «Влад-Дом», позволяет ежедневно выполнять полный перечень услуг, это соответствует высокому качеству содержания жилых домов и придомовых территорий только своими силами, без привлечения организаций со стороны. Тем самым, мы соединили воедино функции по управлению многоквартирным домом и придомовой территорией.

Для данного предприятия характерна высокая текучесть персонала, вызванная в основном неудовлетворенностью заработной платой, в том числе нерегулярностью ее выплаты. Нечеткие механизмы управления расходами на оплату труда вызывали их неконтролируемый рост, который не был оправдан экономическим состоянием предприятия.

Сложившаяся на предприятии УК «Влад Дом» система оплаты и стимулирования труда отличалась низкой

управляемостью: неупорядочен процесс регламентации, отсутствовали единые механизмы оплаты труда, система оплаты и стимулирования труда была сложна и не прозрачна как для руководства, так и для рядовых сотрудников, принципы, заложенные в ее основу, на практике искажались или не соблюдались. Процесс регулирования вопросов оплаты труда приобрел преимущественно субъективный характер.

Таким образом, система оплаты и стимулирования труда являлась внутренне противоречивой, что снижало ее стимулирующий эффект:

- 1) дифференциация заработной платы носила несистемный характер, нарушался принцип равной оплаты за равный труд;
- 2) система коллективного подряда не соответствовала сложившимся на предприятии производственным и экономическим условиям, а принцип начисления фонда оплаты труда подрядного коллектива в некоторых случаях противоречил порядку его распределения;
- 3) сдельная форма оплаты труда вызывала противоречия между стимулируемым трудовым поведением рабочих и целями предприятия;
- 4) система материального стимулирования являлась малоэффективной, так как отсутствовала четкая связь между индивидуальным вознаграждением и оценкой результатов труда;
- 5) использовалось избыточное количество временных положений по оплате и стимулированию труда работников, а постоянно действующие регламенты не всегда были согласованы между собой, что существенно снижало управляемость системы оплаты труда.

Для того, чтобы повысить мотивированность работников и сократить текучесть кадров, была разработана си-

стема мероприятий. Для решения выявленных проблем, свойственных УК «Влад Дом», были предложены следующие рекомендации и системные мероприятия: формирование схемы должностных окладов (см. таблицу 1) и тарифных сеток (см. таблицу 2) на основе оценки содержания труда с применением балльно-факторного метода оценки, разработка принципов и механизмов установления и изменения размера доплат и надбавок компенсирующего и стимулирующего характера на основе принципа необходимости и достаточности с целью дифференцированного установления доплат и надбавок для определенных групп персонала, разработка системы материального стимулирования посредством формирования системы измеримых показателей оценки деятельности структурных подразделений и работников, разработка единого регламента по оплате и стимулированию труда работников, закрепляющего правила и принципы существующей на предприятии системы оплаты и стимулирования труда работников различных групп и категорий.

В укрупненном виде построение системы оплаты и стимулирования труда представляет собой последовательное выполнение работ в рамках шести этапов.

На этапе диагностики (этап 1) проводится подробнейший анализ существующей системы оплаты и стимулирования труда персонала предприятия, выявляются ее проблемные области и слабые стороны, например, такие, как отток квалифицированных кадров, низкая степень управляемости системой оплаты труда, серьезные диспропорции в оплате труда специалистов одинаковой профессии и одинаковой квалификации. Результаты такого анализа послужили основой для разработки предложений по устранению существующих недостатков системы. Таким образом, проведенная диагностика позволила выявить проблемы и определить направления проведения необходимых изменений.

Таблица 1. **Схема должностных окладов для категории руководителей, специалистов, служащих УК «Влад Дом»**

Группа оплаты	Должностной оклад (диапазон оплаты), руб.	
	минимум	максимум
1	60900	95100
2	57900	80400
3	51900	66600
4	40800	60900
5	36600	50700
6	31500	40800
7	28800	36600
8	22200	31500
9	18300	25200
10	15000	21000
11	12000	15600
12	10200	13200

Таблица 2. Тарифная сетка для категории рабочих УК «Влад Дом»

Форма оплаты	Разряд	Тарифная сетка				4
		0	1	2	3	
		Сдельные расценки, руб.				
Сдельная	1	115,98	96,66	84,03	70,02	
	2	121,80	101,49	88,23	73,53	
	3	134,22	111,84	97,23	81,03	
	4	151,05	125,88	109,44	91,20	
	5	171,06	142,56	123,90	103,26	
	6	192,24	160,20	139,26	116,04	
	7	216,00	180,00	156,48	130,41	
	8	242,76	202,29	175,86	146,55	
Повременная			Тарифные ставки, руб.			
	1		88,20	72,06	65,46	56,97
	2		92,61	75,66	68,73	59,79
	3		102,03	83,37	75,75	65,91
	4		114,87	93,84	85,26	74,19
	5		130,05	106,26	96,54	84,00
	6		146,16	119,40	108,51	94,38
	7		164,25	134,19	121,92	106,08
	8		184,56	150,78	137,01	119,19

На этапе разработки модели новой системы оплаты и стимулирования труда (этап 2) закладывается идеология системы в виде сформулированных к ней требований и принципов, которые, в свою очередь, должны быть нацелены на решение выявленных проблем. При этом автор предлагает при разработке системы оплаты и стимулирования труда опираться на следующие основополагающие принципы и требования:

1. Совершенствование системы оплаты и стимулирования труда должно опираться на изменение всей системы управления, включая описание бизнес-процессов, совершенствование системы постановки целей, планирования, учета и контроля.

2. Все итоговые программы по изменению существующей системы оплаты и стимулирования труда должны быть экономически обоснованы и оценены с точки зрения соответствия сложившимся условиям внешней среды и финансовым возможностям предприятия.

3. Изменение методов оплаты и стимулирования труда работников не должно вести к увеличению зарплатоемкости продукции, а также к снижению заработной платы ниже установленного законодательством уровня.

Построение системы оплаты и стимулирования труда представляет собой процесс установления механизмов взаимодействия элементов системы, определения целевых соотношений постоянной и переменной частей оплаты труда, правил и ограничений системы оплаты и стимулирования труда. Предложенный автором алгоритм построения системы оплаты и стимулирования труда персонала предприятия представлен на рисунке 2.

Построение схемы должностных окладов и тарифных сеток (этап 3) в рамках тарифной системы оплаты труда предполагает исследование норм, обеспечивающих дифференциацию заработной платы в зависимости от определенных характеристик содержания деятельности, предполагающее:

1) определение принципа дифференциации уровней заработной платы, т. е. основания установления различных уровней дохода работников;

2) определение модели схемы должностных окладов и тарифных сеток;

3) определение количества категорий оплаты и принципов группировки должностей и профессий по данным категориям;

4) определение принципов установления тарифных коэффициентов и характера их изменения по категориям оплаты. Определение принципа дифференциации уровней оплаты труда, т. е. основания установления различных уровней дохода работников, представляет собой работу по выбору основополагающего подхода к дифференциации уровней оплаты труда (см. рисунок 3), от которого зависят все остальные параметры новой системы оплаты и стимулирования труда работников предприятия.

В зависимости от выбранного основополагающего подхода построение схемы должностных окладов и тарифных сеток будет различным (см. рисунок 4). С целью стимулирования труда работников предприятия недостаточно иметь прозрачную и понятную тарифную систему оплаты труда, необходимо разработать систему доплат и надбавок (условно-постоянную часть заработной платы). Основной целью установления доплат и надбавок, по мнению автора, должно

быть решение задач работодателя по вознаграждению работников за конкретные достижения и сверхусилия в процессе трудовой деятельности. Иными словами, доплаты

и надбавки — эффективный и работоспособный инструмент персонализированного прецедентного стимулирования работников.



Рис. 2. Алгоритм построения системы оплаты и стимулирования труда персонала предприятия

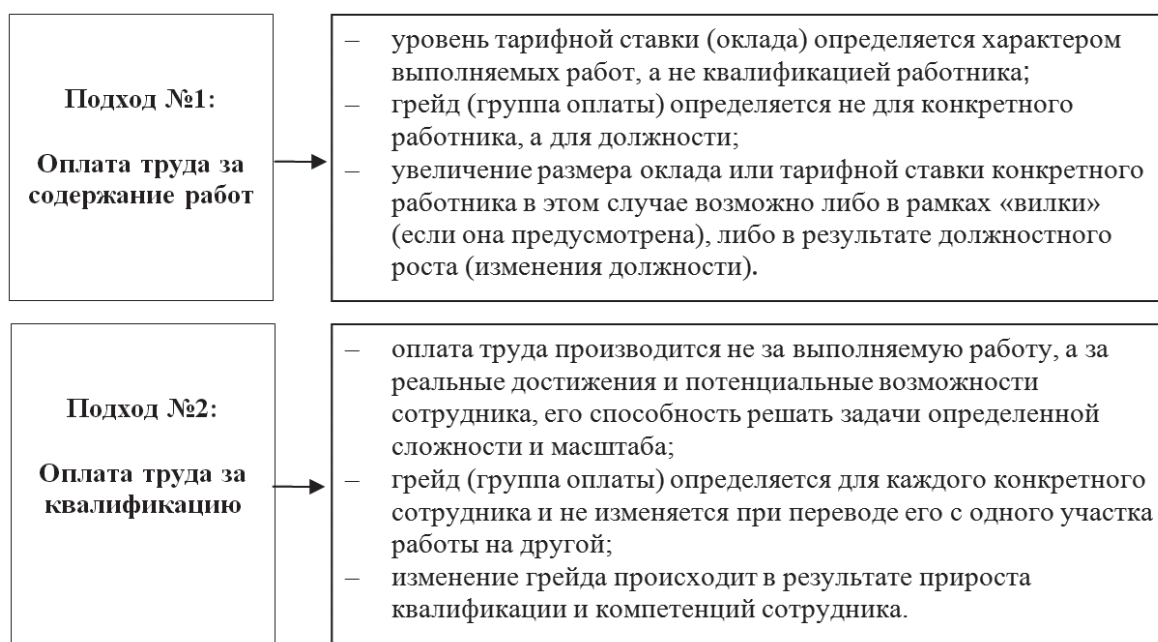


Рис. 3. Подходы к дифференциации уровней оплаты труда работников



Рис. 4. Схема работ по построению постоянной части оплаты труда

Построение системы материального стимулирования персонала (этап 5) представляет собой процесс определения принципов и механизмов материального стимулирования работников, нацеленных на достижение работниками требуемых результатов труда и целевого производственного поведения. При этом система стимулирования должна отвечать нескольким ключевым требованиям:

1) ориентировать работников на достижение целей предприятия, структурного подразделения и результатов индивидуальной деятельности работника;

2) быть достаточно гибкой, чтобы не ограничивать возможности руководителей по дополнительному поощрению и специальной поддержке особых результатов и инициатив работников;

3) быть простой и прозрачной для понимания;

4) охватывать все категории работников;

5) быть комплексной, то есть включать в себя все необходимые элементы стимулирования. Результатом работы по построению системы материального стимулирования персонала должны стать измеримые объективные показатели труда для каждого структурного подразделения, которые и были разработаны для УК «Влад Дом».

Последним этапом работ по разработке системы оплаты и стимулирования труда персонала предприятия является внедрение разработанной системы (этап 6). Процесс внедрения системы оплаты и стимулирования труда является, возможно, самым сложным в сравнении с другими этапами реформирования и требует от его участников (помимо экспертных знаний и навыков) определенного уровня политической, высокой доли объективности в принятии решений по возникающим спорным вопросам и, главное — сопричастности к проблемам внедрения.

Построение системы оплаты и стимулирования труда работников промышленного предприятия в рамках тарифной системы оплаты труда представляет собой процесс определения оснований дифференциации уровней дохода работников различных групп и категорий, основой которой автором предлагается использовать методику оценки содержания деятельности (грейдинг должностей и профессий).

В случае если предприятие приняло идеологию системы грейдов для построения постоянной части оплаты труда, то недостаточно просто выбрать метод грейдинга и начать реализацию метода, следует задаться

рядом существенных ключевых вопросов, ответы на которые необходимо дать до того, как воплощать в жизнь выбранную методологию построения системы оплаты труда (см. рисунок 5). На рисунке видно, что до построения схемы должностных окладов и тарифных сеток, необхо-

димо определиться со всеми параметрами целевой системы оплаты и стимулирования труда, по сути, следует сначала смоделировать будущую систему, и только потом начинать проектирование всех ее составляющих.

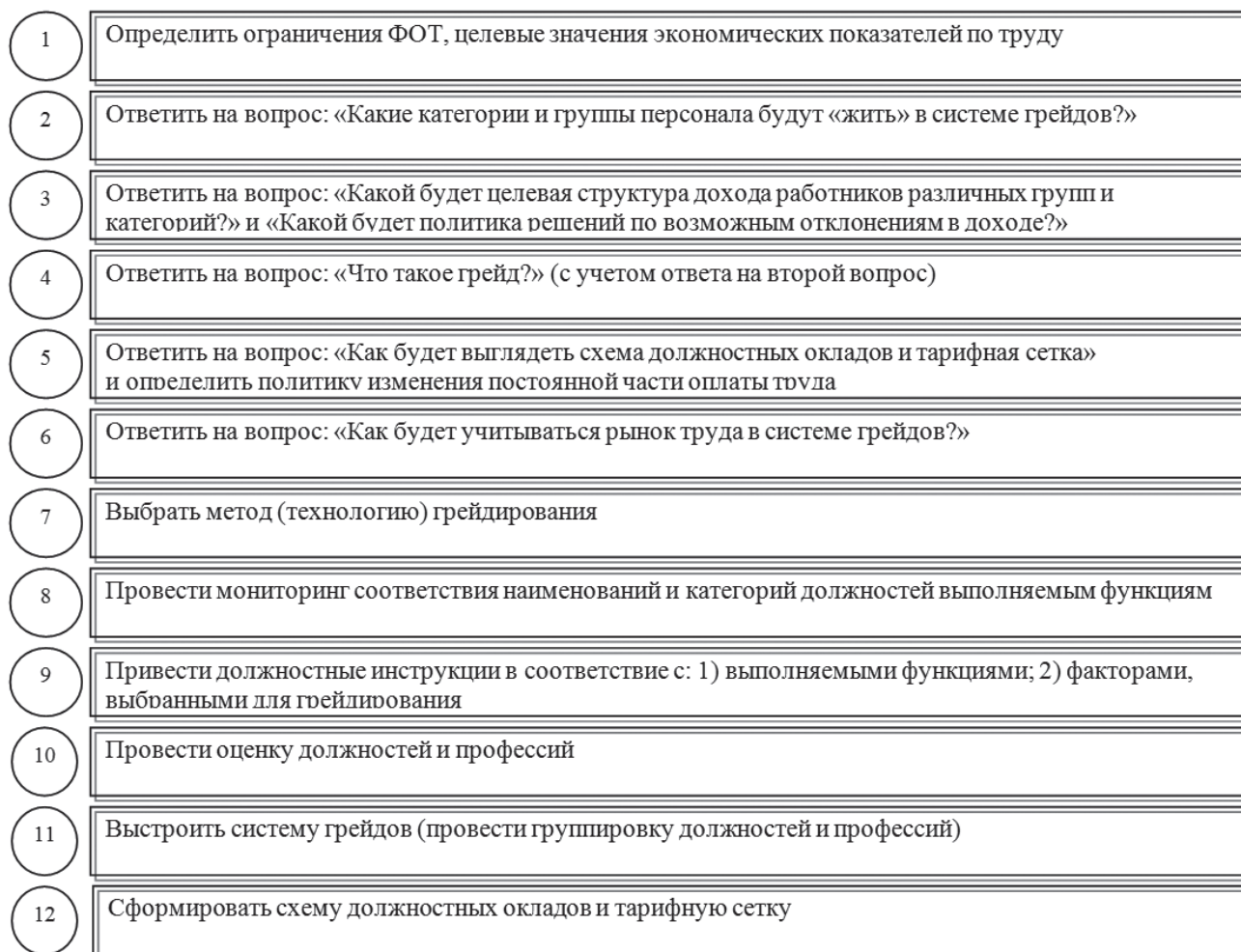


Рис. 5. Мероприятия по построению постоянной части оплаты труда работников предприятия

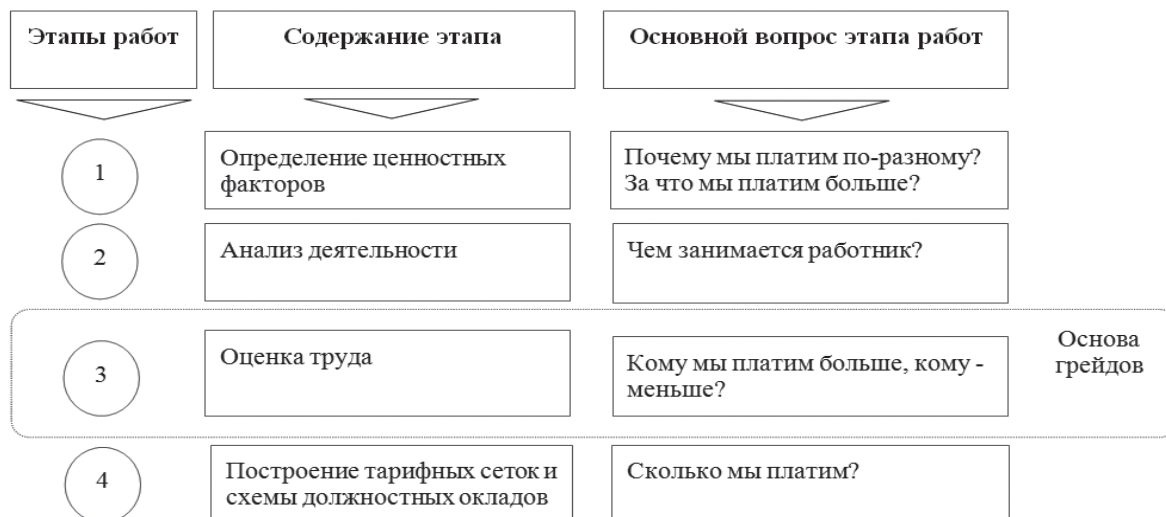


Рис. 6. Этапы работ по построению постоянной части оплаты труда работников предприятия

В части методики грейдирования автор углубляет понятия «грейд» и «ценность», от которых зависит фактически будущая модель системы оплаты труда персонала предприятия (см. рисунок 7).

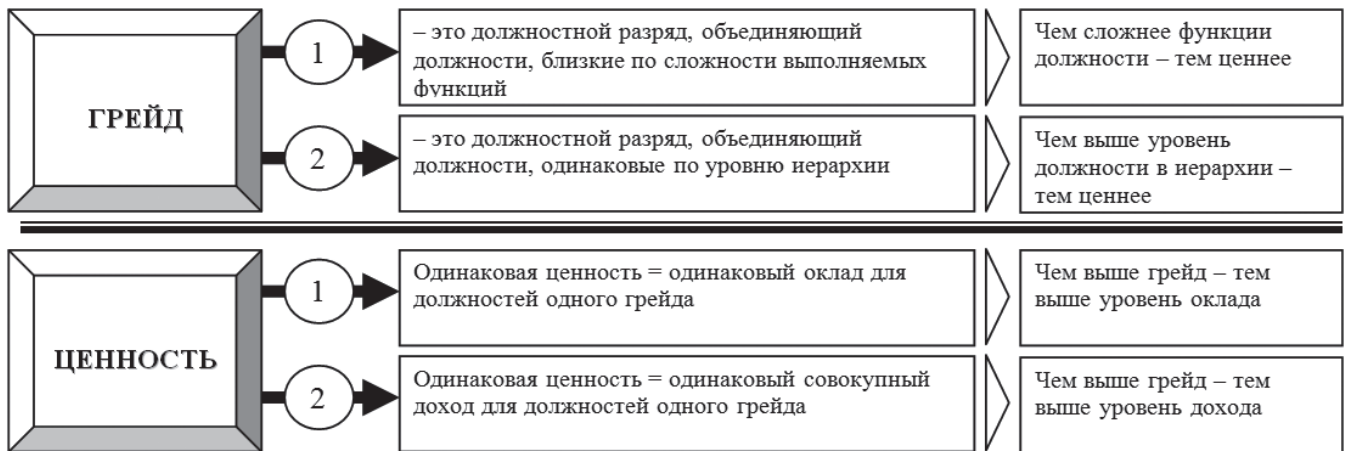


Рис. 7. Определение понятий «грейд» и «ценность»

Основываясь на результатах анализа различных систем оплаты и стимулирования труда работников промышленных предприятий, предлагается методика грейдирования (оценки труда), этапы которой представлены на рисунке 8. Так, для оценки труда работников промышленных предприятий автор предлагает использовать балль-

но-факторный метод, в результате которого получается объективно обоснованная группировка должностей и профессий по ряду выбранных ценностных факторов. Методика оценки труда предполагает использование характеристик содержания деятельности, определяющих ценность каждой должности/профессии для предприятия.

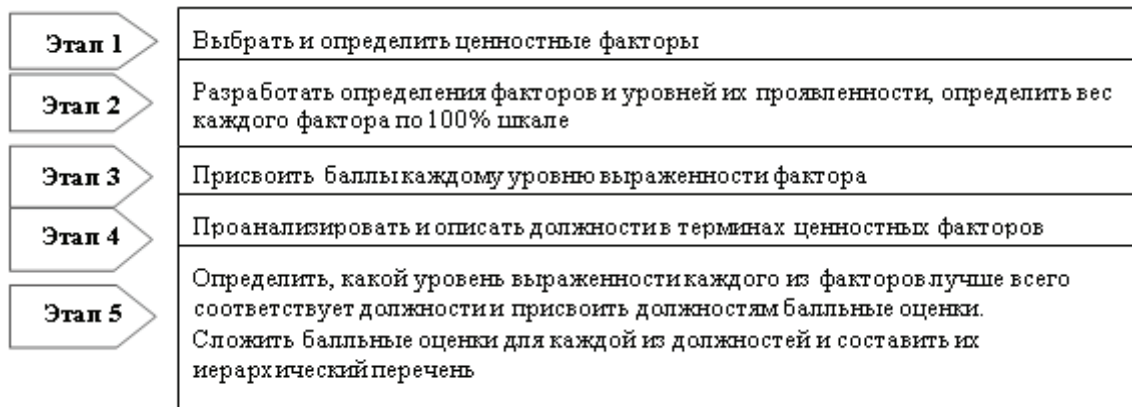


Рис. 8. Этапы оценки труда

На основе ценностных факторов проводится оценка каждой должности и профессии и определяется ценность каждого рабочего места в иерархии ценности всех рабочих мест на предприятии. На основе методики оценки труда для построения системы оплаты труда работников УК «Влад Дом» были сформированы 12 групп оплаты для категорий руководителей, специалистов и служащих (РСС) и 5 тарифных сеток для категории рабочих (см. таблицы 1,2).

Внедрение является последним этапом работ по переходу на новую систему оплаты и стимулирования труда, и соответственно, определяет максимальные требования к организации данного процесса, от которого зависит работоспособность разработанной системы и успех ее даль-

нейшей эксплуатации. Алгоритм внедрения, предлагаемый автором, предполагает выполнение ряда мероприятий, направленных на организационное сопровождение адаптации разработанной системы. По мнению автора, значительно упростить процесс внедрения на предприятии новой системы оплаты и стимулирования труда персонала позволят следующие мероприятия:

- 1) создание коллегиального органа (например, Комиссии по внедрению) из функциональных руководителей;
- 2) регламентация обратной связи;
- 3) визуализация основных механизмов и принципов системы оплаты и стимулирования труда.



Вывод:

Мотивация персонала — это одно из сложнейших направлений деятельности высшего менеджмента, ведь без грамотных и квалифицированных кадров, без эффективной модели стимулирования персонала, постоянного ее пересмотра и оценки, без обратной связи сотрудников предприятие не сможет конкурировать на рынке, так как такая система побуждает конкретного сотрудника и коллектив в целом к достижению личных и общих целей.

Во-первых, внутренний нормативный документ по системе мотивации персонала является документальным подтверждением того, что организация проявляет заботу о своих сотрудниках и предоставляет им возможности профессионального и карьерного роста. К таким документам относятся положения об оплате труда, положения о премировании, положения о карьерном росте сотрудников.

Во-вторых, наличие подобных документов позволит каждому работнику более четко представлять те стимулы, которые предлагает ему предприятие для дальнейшего развития, а также ощущать связь между своей собственной производительностью, многолетним трудом и получаемыми вознаграждениями.

В-третьих, для руководителей предприятия официальные документы по мотивации персонала дадут воз-

можность сравнивать свою систему с системами, применяемыми на других предприятиях, вводить новые стимулы и виды стимулирования, которые позволят удерживать и сохранять работников на предприятии.

Крупнейшие российские фирмы активно используют как моральную, так и материальную мотивацию своих работников, но в большинстве случаев последняя перевешивает. Итогом этого соотношения приоритетов становятся внутренний дисбаланс работника, его неудовлетворенность характером работы, а также непростые отношения с коллегами.

Руководство предприятия не должно оставлять без внимания подобные ситуации: материальная мотивация будет эффективной лишь в краткосрочном периоде, пока работник не найдет себе новое рабочее место, удовлетворяющее его моральным и материальным потребностям. Именно поэтому постоянный анализ эффективности стимулирования трудовых ресурсов, получение обратной связи от сотрудников и своевременная корректировка системы мотивации являются приоритетными задачами управленческого персонала предприятия, если он заинтересован в повышении показателей деятельности предприятия и его дальнейшем развитии в отрасли, стране и регионе.

Литература:

1. Абрамова С. В. Мотивация и стимулирование труда персонала [Текст] // Проблемы современной экономики: материалы II междунар. науч. конф. (г. Челябинск, октябрь 2012 г.). — Челябинск: Два комсомольца, 2012. — С. 149–153. 2
2. Гулиева М. А. Проблемы унификации систем оплаты труда на промышленных предприятиях, входящих в состав холдинговых структур // Человек и труд. — 2011. — № 1. С. 32–36. — 0,5 п. л.
3. Гулиева М. А. Проблемы управления процессом реформирования системы оплаты и стимулирования труда на промышленном предприятии // Человек и труд. — 2013. — № 11. С. 61–64. — 0,4 п. л.
4. Гулиева М. А. Стратегия формирования общего вознаграждения // Сборник докладов научно-практической конференции преподавателей, студентов и аспирантов «Экономика и социальная сфера: человек, город, Россия» / Отв. ред. С. Н. Мищенко. — М.: МГИДА, — 2005. С. 160–164. — 0,3 п. л.
5. Гулиева М. А., Чернова Е. А. Переход на новую систему оплаты труда: как избежать бунта и совершить революцию? // Ежеквартальный бюллетень «Кадровый аспект», декабрь 2011. С. 10–17. — 0,4/0,3 п. л.
6. Едророва В. Н., Бутина Р. И. Анализ практики корпоративных подходов к мотивации труда // Экономический анализ. — 2014. — № 15 (30). — С. 16–21
7. Лойлова И. В. Как «убить» мотивацию сотрудников // управление персоналом. — 2012. — № 11 (141). — С. 44–47

## Реализация государственной политики занятости на муниципальном уровне

Данилова Татьяна Сергеевна, студент  
Владивостокский государственный университет экономики и сервиса

*Данная статья посвящена актуальным вопросам реализации государственной политики занятости на муниципальном уровне. Проведенное исследование позволяет утверждать, что в кризисных условиях государство особенно заинтересовано в проведении эффективной политики занятости и местная власть является одним из связующих звеньев этого механизма.*

**Ключевые слова:** занятость, безработица, управление, уровень, политика, государство, механизм, труд.

## Implementation of state employment policy on municipal level

Danilova Tatyana Sergeevna  
Vladivostok state University of Economics and service

*This article is devoted to topical issues of implementation of the state policy of employment at the municipal level. Conducted research suggests that in crisis conditions the state has a special interest in conducting effective employment policy and the local government is one of the connecting links of this mechanism.*

**Key words:** employment, unemployment, management, level, policy, government, mechanism, work.

Государственная политика занятости населения — это весь комплекс мер воздействия на социально-экономическое развитие общества и каждого члена этого общества. Государственная политика занятости населения имеет несколько уровней реализации:

- общегосударственный;
- региональный;
- локальный [1].

Государственная политика в области содействия занятости населению в РФ направлена, прежде всего на:

- предупреждение массовой безработицы и сокращение длительной безработицы;
- обеспечение всем гражданам равной возможности независимо от критериев (возраст, пол) в реализации права на свободный выбор занятости и добровольный труд;
- проведение специальных мероприятий, способствующих обеспечению занятости граждан, испытывающих трудности в поиске работы и особо нуждающихся в социальной защите, обеспечение социальной защиты населения в области занятости;
- сочетание принципа самостоятельности органов власти субъекта Российской Федерации, органов местной власти в реализации политики занятости населения;
- создание условий, которые обеспечивают свободное развитие человека и достойную жизнь;
- развитие трудовых ресурсов для экономики;
- поддержка предпринимательской и трудовой инициативы граждан, которая осуществляется в рамках закона, содействие развитию способностей к творческому и более производительному труду;

- поощрение работодателей, которые создают новые рабочие места и сохраняют действующие, прежде всего для людей, которые особо испытывающих трудности в поиске работы и нуждаются в социальной защите;
- координация деятельности органов государственной власти, представительных органов работников и работодателей в разработке, профессиональных союзов, реализация мер по обеспечению занятости всего населения;
- координация деятельности в области занятости населения с деятельностью с другими направлениями социальной и экономической политики власти [2].

Проведение активной политики занятости государства может осуществляться путем реализации и разработки федеральных и региональных программ занятости населения, которые формируются исходя из сложившейся ситуации на рынке труда и скорректированного прогноза его развития.

Важной формой реализации политики государства в области занятости на всех уровнях управления являются федеральные, территориальные и местные (районные, городские) программы. Механизм реализации государственной политики занятости включает координацию деятельности различных органов власти, а также привлечение финансовых, кадровых, материальных ресурсов.

Исполнение и организация программ занятости лежит прежде всего на органах государственной власти и включает работу как с работодателями и наемными работниками.

Урегулирование интересов между наемными работодателями и работниками осуществляется при участии органов государства на основании социального партнерства [3].

В России на муниципальном уровне реализация государственной политики в области занятости возложена на глав и заместителей глав администраций органов местного самоуправления и городских округов.

Многие органы местного самоуправления в России реализуют и разрабатывают программы поддержки малого бизнеса, молодежного предпринимательства, программы занятости граждан города, взаимодействуют с центрами занятости населения и частными рекрутинговыми агентствами.

Органы местной власти в области занятости решают следующие задачи:

- контроль и координация деятельности управляющих структур муниципального образования, общественных и других организаций, предприятий, создание муниципального центра занятости населения;
- реализация и разработка системы экономических механизмов, в регуляции вопросов местного рынка труда, занятости и трудовых отношений;
- создание городского учебно-методического центра профессиональной подготовки трудоспособного населения по тем профессиям, которые наиболее пользуются спросом на рынке;
- создание муниципальной службы профориентации выпускников учебных заведений среднего и начального профессионального образования, школ;
- оказание всего спектра информационной поддержки безработным;
- формирование заказа на общественные работы на территории города;
- создание центра социально-психологической адаптации безработных граждан;
- формирование банка вакансий временных и сезонных рабочих мест на уровне муниципалитета;
- организация бизнеса-инкубатора для начинающих предпринимателей на уровне муниципалитета;
- проведение и организация мониторинговых исследований рынка труда с целью его прогнозирования профессионально-квалификационной и отраслевой структуры спроса на рабочую силу;
- образование попечительского совета для содействия в трудоустройстве выпускников профессиональных учебных заведений и школ на уровне муниципалитета [4].

На весь спектр оказываемых услуг по реализации политики занятости государства, гражданам влияют финансовые возможности того или иного муниципального образования.

Но наиболее приоритетными направлениями политики содействия занятости граждан РФ на уровне муниципалитетов должны стать:

- оказание адресной психологической и материальной поддержки лицам, которые нуждаются в социальной защите;
- повышение конкурентоспособности работников (организация повышения квалификации и профессио-

нальной переподготовки занятого населения данного муниципалитета);

- развитие совсем новых форм взаимодействия с работодателями [5].

В Находкинском городском округе политика регулирования занятости населения реализуется по следующим основным направлениям:

- привлечение граждан на оплачиваемые общественные работы;
- временное трудоустройство людей, которые испытывают трудности в выборе и поиске работы;
- трудоустройство граждан, находящихся на инвалидности, но способных к работе;
- временная занятость детей на летних каникулах;
- профессиональное обучение и профориентация;
- адаптация безработных, организация «Клуба ищущих работу» и ярмарки вакансий;
- поддержка малого предпринимательства и самозанятости;
- временное трудоустройство выпускников средних специальных и начальных учебных заведений в возрасте от 18 до 20 лет, которые ищут работу впервые;
- организация стажировки;
- оказание психологической поддержки [1].

В практике Находкинского городского округа существует несколько хорошо зарекомендовавших себя форм содействия занятости населения. Например, ярмарка вакансий, где все посетители могут получить информацию из банка вакансий, получить консультацию по вопросам применения трудового законодательства и выбрать учебное учреждение для прохождения профессиональной переподготовки.

Весьма важным и эффективным механизмом содействия занятости граждан на местном уровне является организация общественных работ, когда оплачиваются общедоступные виды трудовой деятельности и не требующие предварительной профессиональной подготовки людей, которые организуются для реализации временной занятости безработных.

Новой формой содействия занятости граждан муниципалитета является клуб ищущих работу. В таком клубе всем гражданам оказывают помощь по поиску новой работы, приобретению навыков в поиске, снижении психологической нагрузки на безработного, приобретение необходимых правовых знаний.

Для развития предпринимательской инициативы безработных граждан организовывается бизнес-инкубатор — коллективный офис для начинающих предпринимателей на уровне муниципалитета [2].

Очень важна помощь в трудоустройстве тем, кто особо нуждается в защите, инвалиды, лица, уволенные из рядов российской армии и члены их семей молодежь. Механизмом содействия трудоустройства данным группам граждан являются закон о квотировании рабочих мест иностранных граждан [3].

Таким образом, в целях повышения уровня и качества жизни населения основные усилия органов местной власти должны быть направлены на создание эффективных условий реализации занятости граждан, создание баланса

спроса и предложения трудовой силы, в том числе, основанного на повышении конкурентоспособности и качества трудового потенциала того или иного муниципального образования.

#### Литература:

1. Низова Л. М. Правовое регулирование занятости населения / Л. М. Низова // Трудовое право. — 2015. — № 1. — С. 40–41.
2. Долгова А. Полная и эффективная занятость молодежи / А. Долгова, И. Жукова // Человек и труд. — 2015. — № 8. — С. 38–41
3. Петров А. Занятость и трудоустройство- комплексный институт российского права и некоторые новации в его регулировании. // Вопросы трудового права. — 2015. — № 11. — С. 15–19.
4. Сабченко О. В. Некоторые проблемы занятости в рамках социальной функции трудового права // Право и государство. Теория и практика. — 2015. — № 9. — С. 77–79.
5. Костин Л. А., Рынок труда и теория занятости: учебное пособие / Л. А. Костин. — М.: АТиСО, 2013. — 424 с.

## Совершенствование условий труда персонала организации

Денисова Екатерина Игоревна, помощник начальника отдела кадров  
ООО «Меркатор-2» (Приморский край)

Научный руководитель: Новгородов Антон Сергеевич, старший преподаватель  
Владивостокский государственный университет экономики и сервиса

*Через улучшение условий труда в лучшую сторону, возможно изменить экономические показатели деятельности предприятия, так как работник, находящийся в хороших, благоприятных условиях на рабочем месте будет лучше трудиться, возрастет производительность труда, снизится уровень заболеваемости и травматизма работников, что приведет к снижению издержек предприятия и росту экономических показателей. В связи с этим актуальным вопросом является создание эффективных условий труда.*

**Ключевые слова:** труд, условия труда, предприятие

## Improvement of working conditions of personnel of the organization

Denisova Ekaterina Igorevna, student  
Supervisor: Novgorodov Anton Sergeevich, Senior lecturer  
Vladivostok state University of Economics and service

*Through improvement of working conditions to the best, it is possible to change economic indicators of activity of the enterprise as the worker who is in good, favorable conditions on a workplace will better work, labor productivity will increase, to decrease an incidence and traumatism of workers that will lead to decrease in expenses of the enterprise and growth of economic indicators. In this regard topical issue is creation of effective working conditions.*

**Keywords:** work, working condition, enterprise

**В** настоящее время организации уделяют особое внимание режимом труда и отдыха персонала.

По определению А. Маршалла, труд — это «всякое умственное и физическое усилие, предпринимаемое частично или целиком с целью достижения какого-либо результата, не считая удовлетворения, получаемого непосредственно от самой проделанной работы». Проанализировав это определение можно отметить следующее, что в этом определении он следует Джевонсу, который от-

носил к труду «только тягостные усилия». Маршалл подчеркивает, что «большинство людей работают гораздо больше, чем, если бы они трудились лишь из-за непосредственного удовлетворения, получаемого от труда». Иллюстрируя эту мысль, он пишет далее, что крестьянин работает в саду в основном для получения материального результата, «а вот богатый человек, выполняющий ту же работу, хотя и может гордиться тем, что хорошо ее делает, вероятно, мало заинтересован в получаемой от этой работы экономии денег».

В наше время, современные авторы описывают (характеризуют) труд в основном так же, как Маршалл и Джевонс. Например, В. Иноземцев считает, что труд — это деятельность выполняемая «под прямым или опосредованным воздействием внешней материальной необходимости» [3].

Таким образом, можно сформулировать следующее определение.

Труд как процесс — это деятельность человека по производству благ и ресурсов для потребления в домашнем хозяйстве, или для экономического обмена, или для того и другого.

Что касается удовлетворения, получаемого от процесса труда, которое оговаривается в приведенном выше определении Маршалла, то оно существенно зависит от доли творчества в данном виде деятельности, ее целей, условий осуществления, а также от индивидуальных особенностей работника. Чем больше удовлетворения получает человек от процесса труда, тем больше в нормальных социальных условиях пользы и предприятию, и обществу [3].

Комплексный подход к анализу воздействия труда на человека в англоязычной литературе стал обозначаться понятием *quality of work life*. Если перевести это понятие буквально на русский язык, то оно звучит — качество трудовой жизни, — хотя и применяется иногда в отечественной литературе, представляется нам не очень удачным. Лучше характеризовать условия труда в двух аспектах:

1. Качество производственной среды (условия труда в узком смысле слова) — степень соответствия санитарно-гигиенических условий труда государственным нормам.

2. Качества условий труда (в широком смысле слова) — степень соответствия международным и российским нормам технических, санитарно-гигиенических, эстетических, социальных, экономических и других характеристик предприятия, влияющих на здоровье сотрудников и их социальное благополучие [2].

Важным показателем условий труда являются его тяжесть и интенсивность. Тяжесть труда подразумевает под собой суммарное воздействие всех факторов трудового процесса на организм работающих. Интенсивность труда характеризуется количеством энергии человека, затрачиваемой в единицу рабочего времени [1].

В современных условиях становления рыночной экономики в нашей стране предъявляют новые требования к организации труда на предприятии. В связи с этим создание эффективных условий труда имеет большое значение, как на предприятии, так и для экономики страны в целом.

Большое значение улучшения условий труда объясняется тем, что они в основном представляют собой производственную среду, в которой протекает жизнедеятельность человека во время труда. От их состояния в прямой зависимости находится уровень работоспособности человека, результаты его работы, состояние здоровья, отношение к труду. Улучшение условий труда существенно влияет на повышение его производительности. Выполнение любой

работы в течении продолжительного времени сопровождается утомлением организма, проявляемым в снижении работоспособности человека. Наряду с физической и умственной работой значительное воздействие на утомление оказывает и окружающая производственная среда, то есть условия, в которых протекает его работа [3].

Актуальность выбранной темы обусловлена тем, что в последние годы положение с охраной труда на российских предприятиях ухудшилось. Прослеживается стремление работодателей сэкономить на здоровье своего персонала ради извлечения максимальной прибыли. Основной причиной этого является ухудшение финансово-экономического положения предприятий, ведущего к сокращению расходов на поддержание должного уровня условий труда, следствием чего является рост производственного травматизма и профессиональной заболеваемости. Вследствие чего особое внимание привлекает разработка успешных мероприятий по улучшению условий труда работников, а именно она является одним из наиболее важных условий повышения производства и повышение прибыли на предприятии в целом.

Основным элементом производственной системы является рабочее место служащего. Понятие рабочего места обычно используется для характеристики трудовых процессов рабочих и специалистов (экономистов, технологов, врачей и другие). Рабочим местом руководителей является не только стол с креслом, но и весь управляемый объект. Например, для мастера — это его конторка и производственный участок; для директора — кабинет и весь завод.

Компания «Меркатор-2» зарегистрирована 28 августа 2003 года. Полное наименование — ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ «Меркатор-2». Находится на территории ОАО «Владморрыбпорт». Компания была реорганизована со станции спасательных и защитных средств «Владморрыбпорт». Она одна из первых появившихся организаций, кто работал в этой сфере.

Основным видом деятельности является: «предоставление услуг по монтажу, ремонту и техническому обслуживанию прочего электрооборудования, не включенного в другие группировки». Юридическое лицо также зарегистрировано в таких категориях ОКВЭД как: «Прочая оптовая торговля», «Деятельность агентов по оптовой торговле универсальным ассортиментом товаров». Также занимаются проверкой аварийно спасательного и противопожарного имущества, как на судах, так и на береговых предприятиях.

Имеет богатый опыт работы на рынке дальневосточного региона. Основные клиенты компании являются одни из крупнейших компаний такие как: ОАО «Дальморпродукт», ООО «Хасан Рыба», ЗАО «Пасифик Марин», ООО «Мидглен Лоджистик», МГУ им. АДМ. Г.И. Невельского и другие. Планирование и осуществление непрерывного профессионального обучения работников, включающего в себя подготовку, переподготовку и повышение квалифи-

кации персонала является приоритетными направлениями кадровой политики ООО «Меркатор-2».

Специалисты компании имеют опыт работы в данной области более 25 лет.

Основной целью исследования условий труда и отдыха на предприятии ООО «Меркатор-2» является анализ организации условий труда и отдыха персонала на предприятии ООО «Меркатор-2».

Для достижения поставленной цели необходимо выполнить ряд задач:

1. Произвести количественный и качественный анализ персонала на предприятии ООО «Меркатор-2»;
2. Изучить площадь предприятия (на какие помещения разделена занимаемая площадь организации ООО «Меркатор-2»);
3. Изучить как оснащены помещения организации;
4. Проанализировать в каком режиме работает организация;
5. Рассмотреть обязанности трудовой деятельности сотрудников на предприятии ООО «Меркатор-2»;
6. Провести оценку факторов производственной среды;
7. Провести интервьюирование сотрудников организации ООО «Меркатор-2», для того, чтобы узнать положительные и отрицательные условия труда на предприятии.

Методы исследования, используемые мной в ходе работы, были следующие:

- Интервьюирование сотрудников;
- Наблюдение;
- Анализ документов.

Для того чтобы поставленная цель исследования была достигнута, мною были пройдены этапы научного исследования такие, как: постановка проблемы, ознакомление с информационными источниками, методики исследования используемые в ходе работы, сбор собственно материала, анализ и обобщение материала и вывод.

Предприятие ООО «Меркатор-2» расположено в двухэтажном здании и занимает все два этажа. Площадь занимаемая организацией составляет 300 м<sup>2</sup>. Помещение состоит из:

- Кабинет директора;
- Кабинет бухгалтера;
- Цех для проверки аварийно-спасательного и противопожарного оборудования;
- Комната отдыха.

ООО «Меркатор-2» работает в режиме пятидневной рабочей недели.

Установлено следующее время начала и окончания рабочего дня, а также перерыва для отдыха и питания:

- Начало рабочего дня начинается в 8 ч. 00 мин.
- Окончание рабочего дня в 17 ч. 00 мин. (в пятницу сокращённый рабочий день и заканчивается он в 16 ч. 00 мин.)
- Обеденный перерыв — с 12 ч. 00 мин. до 13 ч. 00 мин.

На предприятии ведется журнал учета рабочего времени. Сотрудник пришедший на работу обязан обозначить свой приход на работу, а по окончании рабочего дня — уход с работы в установленном порядке.

Что касается обязанностей трудовой деятельности сотрудников на предприятии ООО «Меркатор-2»:

Администрация осуществляет общее руководство компании, следит за качеством работы, работы с клиентами и т. п.

Бухгалтер занимается составлением баланса, выпиской счет-фактур, выдача заработной платы и т. п.

Мастер производственных участков следит за качеством выполнения работ, за соблюдением техники безопасности, за заполнением документов для предоставления на суда.

Кладовщик осуществляет выдачу вложений (пиротехника, медикаменты для закладки в спасательные плоты, а также запчастей и комплектующих к огнетушителям и пожарным рукавам, что фиксируется в журнале и карточках для расходного материала. Вся выдача комплектующих и запчастей отражается кладовщиком в бухгалтерской программе 1С предприятия (склад).

Монтёры судовых средств безопасности отвечает за своевременную качественную проверку и освидетельствование аварийно-спасательного и противопожарного оборудования согласно штатного расписания.

На предприятиях такого рода любой категории работников должны быть созданы определенные условия для отдыха и питания персонала. Объем таких условий должен соответствовать численности персонала. В эти условия должно входить следующее:

- Обеспечение униформой сотрудника (поскольку ведется работа с препаратами с угрозой для жизни);
- Организация питания персонала;
- Комната, где сотрудник может переодеться и привести себя в порядок (раздевалка);
- Комната отдыха;
- Столовая;
- Место для курения;
- Место для бесплатной стоянки автомобилей для сотрудников т. п.

Но общество предоставляет только половину из тех условий, которые должны быть соблюдены.

Под временем отдыха понимаются установленные законом перерывы в трудовой деятельности работников, в течение которых они свободны от выполнения своих трудовых обязанностей и которые они могут использовать по своему усмотрению. Правильное чередование работы и отдыха имеет большое значение. Своевременные достаточные перерывы уменьшают утомляемость работников и способствуют повышению производительности труда [3].

Внутренним трудовым распорядком предприятия предусмотрено:

- Всем сотрудникам, имеющим 8-ти часовой рабочий день, полагается обеденный перерыв длительность

30 минут + 30 минут на отдых и принятие санитарно-гигиенических процедур;

- Для коротких перерывов сотрудникам дается 10 минут через каждые 2,5 часа рабочего времени;
- Курение разрешается только во время перерыва и в отведенном для этого специальном месте. Окурки и пепел выбрасывать только в специально предназначенную для этих целей пепельницу.
- В рабочее время сотрудникам не разрешается звонить по личным вопросам, за исключением экстренных ситуаций. Звук мобильного должен быть выключен.

Изучив режим труда и отдыха персонала, можно сделать вывод, что режим трудовой деятельности сотрудников соблюден по Трудовому кодексу РФ, но что касается отдыха на предприятии не все условия, которые должны быть на предприятии соблюдены.

Проведя оценку факторов производственной среды, опираясь на СанПиН 2.2.2/2.4.1340–03, можно сделать следующие выводы:

1. Рабочие столы и их размещение — соответствует норме;
2. Рабочий стул в кабинетах директора и бухгалтера — соответствуют норме;
3. Подставка для ног — отсутствует. Отсутствие подставки для ног ухудшает физические показатели сотрудника: появляется боль в позвоночнике, повышается усталость;
4. Помещение — соответствует норме;
5. Освещенность — не соответствует норме. Причина в недостаточной освещенности рабочих мест специалистов: недостаточная освещенность на поверхности стола в зоне размещения рабочего документа. При недостаточном освещении при работе с персональным компьютером, снижается работоспособность сотрудника: появляется напряженность в глазах, повышается усталость, труднее сосредотачиваться на трудоемкой работе, ухудшается память, часто возникает головная боль;
6. Электромагнитные поля — соответствуют норме;
7. Микроклимат в организации — соответствует норме;
8. Звуковые волны (уровень звука, звуковое давление создаваемое компьютером, шум) — соответствуют норме;
9. Визуальные параметры ВДТ, контролируемые на рабочих местах — соответствуют норме;
10. Вредные химические вещества — не соответствуют норме. Сотрудники на рабочем месте часто контактируют с вредными химическими веществами;
11. Медицинское обслуживание — соответствует норме;
12. Напряженность трудового процесса — не соответствует норме. в офисном помещении отсутствует комната отдыха, она действует только на территории цеха. В связи с этим, сотрудники работающим за компьютером с высоким уровнем напряженности, необходимо помещение для психологической разгрузки;
13. Требования к персональному компьютеру — соответствует норме [4].

Можно сделать вывод, что основные недостатки в условиях труда персонала ООО «Меркатор-2» следующие: не полное оснащение помещений, освещение рабочих мест не в исправном состоянии, отсутствует подставка для ног (пюпитр) в офисах предприятия, сотрудники часто контактируют с химическими веществами, отсутствует комната отдыха для сотрудников работающих в офисах здания, что негативно влияет на работо-способность сотрудников в течение рабочего дня, температура воздуха в помещении не соответствует норме, что влечет за собой повышения острых респираторных заболеваний, отсутствие столовой и комнаты отдыха, раздевалка оснащена не полностью, также в цехе отсутствует электроподъемный механизм и не исправно работают ворота с тепловыми завесами.

На основе анализа, проведенного в ходе работы можно предложить следующие мероприятия:

Мероприятия по совершенствованию условий труда и отдыха в организации ООО «Меркатор-2»:

1. Поскольку трудовая деятельность специалистов предприятия отличается динамичным режимом труда, тяжелой физической работой и присутствует психологическое напряжение труда, то целесообразно сделать оборудованную комнату отдыха. Поскольку на территории есть подсобное помещению площадью 15 м<sup>2</sup> не к чему не пригодное, ее можно оборудовать и сделать комнату отдыха. При постоянной и напряженной работе и высоким шумовым показателем, работники получают возможность снимать стресс и тем самым поддерживать работоспособность;
2. Установить грузоподъемник на въезды в цех. Это поспособствует:
  - Ликвидации ручного труда
  - Улучшению механизма погрузки-выгрузки груза;
  - Ликвидации травматизма;
  - Уменьшению утомляемости, повышение работоспособности;
  - Высвобождения работников.
3. Установить тепловые завесы отгрузочных малых ворот цеха. Это поспособствует:
  - Ликвидации потоков холодного воздуха, сквозняков в зимнее время года;
  - Повышению температуры в цеху;
  - Устранение простудных заболеваний.
4. Построить 2 подъездных тамбура для большегрузных автомобилей на большие ворота цеха. Это поспособствует:
  - Ликвидации сквозняков в зимнее время года;
  - Устранение простудных заболеваний.
5. Установить дополнительное освещение как в офисах так и в цехе. Это поспособствует:
  - Повышение работоспособности сотрудников;
  - Снижение напряжения глаз в процессе труда;
  - Повешение производительности труда;
  - Улучшение памяти сотрудников;
  - Устранение головной боли работника.

6. Оборудовать отдельную комнату приема пищи для работников цеха. Это поспособствует:

- Соблюдению правил санитарии и гигиены;
- Увеличению времени на обеденный перерыв сотрудников;

7. Оборудовать столы в офисах компании (установить подставки для ног). Это поспособствует:

- Устранению боли в позвоночнике;
- Уменьшению усталости;
- Повышению работоспособности.

8. Установить кондиционеры в помещениях. Это поспособствует:

- Благоприятному климату в помещении;
- Устранению простудных заболеваний;
- Повышению работоспособности.

9. Восстановить отопительную систему (поменять батареи). Это поспособствует:

- Устранению простудных заболеваний;
- Повышению производительности труда.

10. Создать специальную оценку условий труда (СОУТ) и обеспечить трёхступенчатый контроль. Это поспособствует:

- Повышению эффективности работ по охране труда;
- Получению оперативной информации по изменению условий труда;
- Возможности административного контроля за состоянием условий охраны труда.

Следует отметить, что в ограниченном объеме трудно рассмотреть все многообразие ситуаций возникающих на практике. И для более досконального анализа нужно рассматривать их по отдельности с разных углов и точек зрения.

#### Литература:

1. Федоров П. М. Охрана труда / П. М. Федоров, — 2008. — С. 89.
2. Якимова З. В. Управление трудовыми ресурсами. Учебное пособие. Владивосток: Издательство ВГУЭС, 2011.
3. Основания экономической теории и методы организации эффективной работы / Б. М. Генкин. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Норма, 2014. — 58 с.
4. Санитарно-эпидемиологические правила и нормативы // СанПиН 2.2.2/2.4.1340–03

## Маркетинговые стратегии и инновации гостиничного предприятия

Джашеев Иналь Казбекович, магистрант  
Пятигорский государственный лингвистический университет

**Ключевые слова:** маркетинг, маркетинговые стратегии, маркетинг в гостиничном сервисе, стратегия дифференцированного маркетинга, стратегия недифференцированного маркетинга, концентрированная стратегия маркетинга.

Маркетинговая деятельность в гостиничном бизнесе, как важнейшая функция в индустрии гостиничного бизнеса, должна обеспечивать постоянное, устойчивое, конкурентоспособное функционирование и развитие того или иного субъекта системы маркетинга на гостиничном хозяйственном рынке с учетом состояния внутренней и внешней среды предприятия. В данном смысле маркетинговая деятельность предполагает проведение комплексных маркетинговых исследований и на их основе — создание стратегии и программы мероприятий, использующихся с целью обеспечения экономической эффективности гостиничного бизнеса и повышения степени удовлетворения потребности конечного потребителя-туриста. [2, с. 1]

Стратегия маркетинга гостиничного бизнеса — это формирование целей, достижение их и решения задач гостиничного бизнеса по каждому отдельному гостинично-

хозяйственном продукте, по каждому отдельному рынку на определенный период.

На наш взгляд, правильная маркетинговая стратегия помогает создавать положительный имидж гостиницы, противостоять нападкам конкурентов и разного рода внешним воздействиям.

Существуют три подхода, которые может использовать гостиница для достижения маркетинговых целей:

- Стратегия недифференцированного маркетинга.
- Стратегия дифференцированного маркетинга.
- Концентрированная стратегия маркетинга.

Стратегия недифференцированного маркетинга. Выявленные различия между потребителями не учитываются. Акцент делается на факторах, объединяющих гостей отеля, а не на том, что их различает. Планируется создавать продукт, ориентированный на удовлетворение большинства клиентов. Используя такой подход, гостиница экономит



на дополнительном тренинге для персонала, рекламе, маркетинговых исследованиях. Но, кроме плюса, в экономности существует и большой минус в виде высокой конкуренции со стороны других отелей. Сложно создать такой гостиничный продукт, который без различных доработок мог бы удовлетворять потребности всех или хотя бы большинства потребителей.

Применять стратегию недифференцированного маркетинга следует:

- при однотипности производимого гостиничным предприятием продукта;
- если потребители гостиничных услуг схожи в своих потребностях;
- в случае новизны проекта. Используется на этапе вывода продукта на рынок. Но на следующих стадиях необходимо использовать стратегию дифференцированного маркетинга.

Стратегия дифференцированного маркетинга. Гостиница сосредоточивает свои силы на нескольких сегментах рынка. В данном случае гостиница индивидуально разрабатывает для каждого сегмента свой продукт и свою маркетинговую стратегию.

Несомненным плюсом такой стратегии является то, что она дает возможность отелю продать свой продукт большому числу потребителей, тем самым увеличив объем продаж, а следовательно, и доходы.

Существует также и минус, состоящий в том, что гостиница вынуждена разрабатывать несколько стратегий маркетинга, проводить исследование нескольких рынков, а это требует дополнительных денежных затрат в отличие от недифференцированного подхода. При данном подходе гостиница вынуждена терпеть жесткую конкуренцию, так как имеет небольшую долю влияния на каждом из выбранных рынков. И, чтобы оставаться на плаву в такой конкурентной борьбе, гостиница должна иметь достаточно ресурсов всех видов.

Концентрированная стратегия маркетинга. В данном случае руководство отеля выбирает один, но, по его мнению, самый перспективный сегмент рынка и сосредоточивает все усилия на его освоении, стараясь охватить как можно большую долю рынка за счет углубленного изучения потребностей именно этого сегмента.

Если маркетинговая политика окажется верной, а выбранный сегмент достаточно большим и перспективным, то гостиница может извлечь большую прибыль. Применять концентрированную стратегию целесообразно при ограниченности ресурсов, так как в этом случае ресурсы расходуются исключительно для удовлетворения потребностей одной группы потребителей, а не распыляются на весь рынок. [1, с. 134]

Такую стратегию, как правило, используют небольшие или средние отели (трех-четырёхзвездочные). Для них характерны ограниченность ресурсов и функционирование в условиях жесткой конкуренции. Благодаря целенаправ-

ленному улучшению качества обслуживания отдельно взятой группы при правильном маркетинге гостиница может составить серьезную конкуренцию даже своим крупным конкурентам. Значительным минусом данной стратегии является зависимость гостиницы от динамики рынка.

На наш взгляд, в наши дни залогом успешного ведения бизнеса являются хорошо разработанные и продуманные маркетинговые инновационные программы.

Квалифицированный менеджмент отеля для достижения успеха должен постоянно пытаться находить и предлагать клиентам все новые и новые виды услуг, отсутствующие у конкурентов.

О том, что для развития гостиничного бизнеса нужно постоянно изобретать новые продукты, говорят следующие факторы:

- короткий жизненный цикл продукта. Все вещи и продукты со временем устаревают как физически, так и морально, следовательно, перестают удовлетворять потребности, и спрос на них падает. Чтобы заменить устаревший товар на новый и более совершенный, который пользовался бы спросом у покупателей, менеджеру приходится постоянно трудиться над созданием чего-то нового и необычного;

- конкурентная борьба. Если у отеля появляется какая-либо интересная новинка, то его рейтинг, безусловно, поднимается, а у его конкурентов, не имеющих ничего нового, падает;

- потребительские вкусы. Вкусы потребителей постоянно меняются. Они быстро насыщаются имеющимися продуктами и им хочется чего-то нового, ранее неизвестного;

- изменчивость рынка. Рынок постоянно меняется под воздействием различных причин (политических, экономических, технологических). Для того чтобы оставаться конкурентоспособной, гостиница должна успевать подстраиваться под разного рода изменения рынка.

- ведущие технологии. Используя их, можно коренным образом изменить расстановку сил в отраслевой конкурентной борьбе. Хорошая ведущая технология может перевернуть весь рынок и сделать ее обладателя бесспорным лидером, даже если он не являлся таковым. Поэтому если отель уже является лидером, то он должен следить за появлением ведущих технологий, чтобы не потерять лидирующую позицию.

На рисунке 1 можно наглядно увидеть принцип функционирования данных стратегий.

Примерами ведущей технологии могут служить: Yotel New York, Нью-Йорк, США

Посетителей отеля обслуживают не обычные дворецкие, а роботы. Они размещают багаж клиентов в специальных камерах, убирают номера. В ресторане в лобби отеля заказывать еду можно не через традиционных официантов, а при помощи электронного меню.

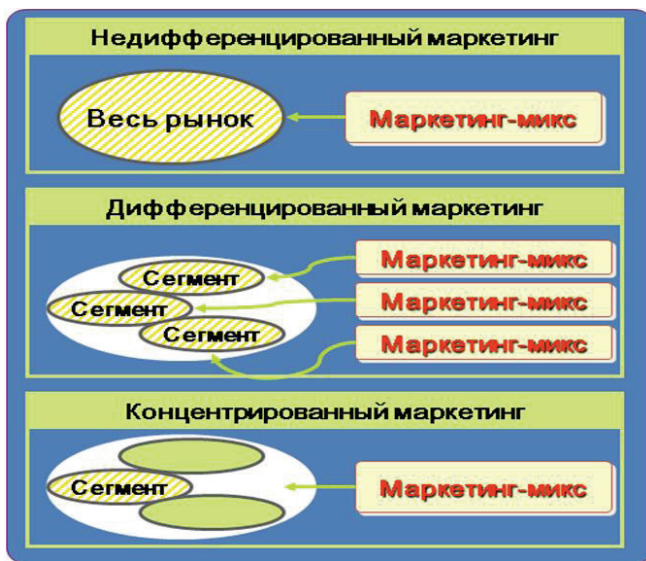


Рис. 1. Маркетинговые стратегии в гостиничном предприятии

theWit, Чикаго, США

В комнатах этого отеля кондиционеры сами знают, какая температура подойдет вам лучше всего. Они считывают данные с термометра на улице, анализируют поведение постояльца и в зависимости от этого меняют температуру в комнате. Также посетитель при помощи смартфона может сам указать частоту и время уборки своего номера — для этого есть специальное приложение.

Литература:

1. Елканова Д. Основы индустрии гостеприимства // Litres, 2015. — 264 с.
2. Библиотека литературы по туризму — URL: <http://tourism-book.com/pbooks/book-37/ru/> (дата обращения 12.10.2015 г.)
3. Информационный ресурс об инновациях в сфере бизнеса — URL: [http://old.ibusiness.ru/blog/tyekhnologii\\_dlya\\_zhizni/27948](http://old.ibusiness.ru/blog/tyekhnologii_dlya_zhizni/27948) (дата обращения 12.10.2015 г.)

## Методы служебной аттестации: традиционные и современные методы

Дмитриевская Влада Александровна, студент;  
Гигаури Майя Несторовна, студент  
Дальневосточный федеральный университет

Каждый метод аттестации имеет свои сильные и слабые стороны, которые могут быть пригодны для одной организации и быть противоположено неподходящими для другой. Таким образом, можно уверенностью сказать, что не существует единого метода оценки для всех организаций, а также оценки эффективности своих сотрудников.

Все методы оценки разработаны и до сих пор были классифицированы по-разному и различными авторами. Одни разделили методы оценки на три категории: абсолютные,

Ushuaia Ibiza Beach Hotel, Ибица, Испания

При заселении у постояльца здесь проводят процедуру биометрического сканирования отпечатков пальцев. После этого клиент может просто оставить кошелек в номере и забыть про него до момента выселения. За все услуги, еду и напитки можно рассчитываться без наличных денег и кредитной карточки — просто прикладывая пальцы к сенсорам.

Hotel 1000, Сиэтл, США

Здесь инфракрасные датчики защищают частную жизнь постояльцев. Они отслеживают, есть ли посетитель в номере, благодаря чему уборщица, например, всегда знает, можно убирать комнату, или нет.

Мы полагаем, что инновационные маркетинговые программы позволят обеспечить экономическую эффективность предприятия. [3, с.1]

Разрабатывая новые продукты, необходимо помнить следующие правила:

- разрабатываемый продукт должен повышать рейтинг гостиницы и способствовать увеличению его прибыли.
- при разработке новых продуктов акцент необходимо делать не на количество, а на качество.
- разработать меры, которые помогут защитить продукт от копирования конкурирующими отелями.
- необходимо заранее определить возможные доходы и возможные потери, связанные с выводом нового продукта на рынок.

относительные методы и объективных, а другие классифицировали их на две категории, ориентированные на прошлое и на будущее. А кто-то классифицировал все методы оценки аж в четыре категории: рейтинговые шкалы, сравнительные методы, критических инциденты, и методы комбинации.

Более широко используется классификация методов оценки, которая подразделена на две категории, а именно, традиционные методы и методы модема. В то время как тра-

диционные методы делают акцент на рейтинг личностных черт личности, таких как инициатива, надежность, «драйв творчества», честность, интеллект, лидерский потенциал и т.д.; методы модема, с другой стороны, уделяют больше внимания оценке результатов работы, то есть достижениям в работе, нежели личные черты! Методы модема имеют тенденцию быть более объективными и полезными.

Традиционные методы:

Метод ранжирования:

Это самый старый и самый простой формальный систематический метод аттестации, в котором работник сравнивают со всеми остальными с целью размещения заказа на сумму. Сотрудники ранжированы от самого высокого до самого низкого уровня или от лучшего к худшему.

Тем не менее, наибольшие ограничения этого метода оценки является то, что:

1. Он не говорит, что насколько один лучше или хуже другого.

2. Задача ранжирования индивидов трудна, когда оценено большое количество сотрудников.

Попарное сравнение: В этом способе каждый работник сравнивается с другими на основе только одного признака. Затем их сравнивают и выбирают лучшего, огласив окончательный рейтинг.

Метод оценивания: В этом методе, определены ценностные категории, которые устанавливаются заранее и тщательно отобраны. Там может быть три категории, установленные для сотрудников: выдающиеся, удовлетворительные и неудовлетворительные. Там может быть более трех оценок. Производительность сотрудника сравнивают по определенным критериям. Затем работников распределяют по различным классам, которые формируют исходя из описываемой производительностью каждого из них.

Такой тип классификации проводится методом экзамена, при выборе кандидата в сектор государственной службы.

Метод принудительного выбора: Метод принудительного выбора разработал Гилфорд. Данный метод содержит ряд групп заявлений, а также ставок реферта. Общий метод принудительного выбора содержит два заявления, как положительного, так и отрицательного.

Пример положительных утверждений: это подача хороших и четких инструкций для подчиненных.

Пара отрицательных утверждений может выглядеть следующим образом:

1. Дает обещание, которые вовсе будут трудны для их исполнения.

2. Склоняет в пользу некоторых сотрудников.

Каждый заявление несет оценку или вес. Раздел человеческих ресурсов составляет рейтинг для всех заявлений — как положительных, так и отрицательных. Финальный рейтинг проводится на основе всех наборов утверждений. Таким образом, рейтинг сотрудника, делает метод более объективным. Единственная проблема, связанная с этим методом является то, что фактическое конструирование нескольких оценочных заявлений, также называемых «при-

нудительным выбором весов», занимает много времени и усилий.

*Контрольный метод*

Основной целью использования метода контрольного перечня является, тот факт, что он способен облегчить время оценки на оценщик. В этом методе, существует ряд утверждений, на которые есть только два ответа: «да» или «нет», данные утверждения готовятся отделом кадров. Каждый вопрос несет в себе определенный вес по степени важности. Когда контрольный список будет завершен, он сразу же будет направлен в отдел кадров, для того чтобы подготовить окончательные оценки для всех сотрудников, на основе оценки всех вопросов. При подготовке вопросов предпринимается попытка определить степень согласованности реферта, задавая одни и те же вопросы дважды, но в разном порядке.

Тем не менее, одним из недостатков контрольного метода является тот факт, что появляются различные трудности для сборки, анализа и введения ряда заявлений о характеристиках сотрудников. Также, с финансовой точки зрения данный метод является неэффективным, особенно если существует большой ряд категорий рабочих мест в организации, поскольку для каждой из них должен быть подготовлен перечень вопросов.

Графическая шкала оценок: данная шкала оценки является одним из самых популярных и простых методов для оценки производительности. Он также известен как линейная рейтинговая шкала. В этом методе, печатная форма оценки используется для оценки каждого сотрудника.

Эти списки образуют особые черты (такие как качество и надежность), а также ряд технических характеристик работы (от неудовлетворительной до выдающихся) для каждого признака. Оценка производится на основе точек на континууме. Обычной практикой является следование пяти пунктам шкалы. Этот метод хорош для измерения различных поведенческих характеристик должностных обязанностей работника.

Метод Эссе: этот метод является наиболее простым среди различных имеющихся методов оценки. В этом методе реферт пишет повествовательное описание сильных сторон работы сотрудника и слабых, прошлого опыта работы, потенциал и предложения по улучшению. Его положительным моментом является то, что она проста в использовании. Он не требует сложных форматов и долговременной специальной подготовки для его завершения.

Тем не менее, метод эссе, как и многие другие методы, имеет свой ряд недостатков. При отсутствии какой-либо заданной структуры, он, скорее всего будет сильно различаться с точки зрения длины и содержания. И, конечно же, качество оценки в большей степени зависит от мастерства написания рефертом, нежели чем фактический уровень оценщика производительности.

Кроме этого, поскольку эссе носят описательный характер, метод обеспечивает исключительно качественную информацию о сотруднике. При отсутствии количественных

данных, оценка страдает от проблемы субъективности. Тем не менее, метод эссе является хорошим началом и полезен также, если он используется в сочетании с другими методами оценки.

#### *Современные методы:*

Управление по целям: большинство традиционных методов аттестации подлежат оценкам антагонистических суждений. Современные концепции должны были преодолеть эту проблему, Питер Ф. Друкер выдвинул новую концепцию в 1954 году в своей книге, а именно, управление по целям.

Данную концепцию можно охарактеризовать как процесс, посредством которого высшие и подчиненные ему руководители организации совместно определяют ее общие цели, а также основные направления каждого индивидуума ответственности с точки зрения результатов, ожидаемых от него, а затем используют эти меры в качестве руководства для эксплуатации устройства и оценки вклада каждого ее члена.

Другими словами, требуется, чтобы менеджер ставил определенные задачи перед каждым сотрудником, а затем периодически обсуждал их. Данная программа состоит из четырех основных этапов: постановка целей, стандартные характеристики, сравнения и периодический обзор. В целеполагания, цели установлены, которые каждый человек, с достичь. Начальники и подчиненные совместно устанавливают эти цели. Они должны приводить к желаемому результату, а чтобы они были достигнуты необходимы большие усилия каждого отдельного сотрудника.

#### Литература:

1. Ариф Ю. С. Особенности оценки эффективности работы сотрудников в современных проектно-ориентированных компаниях.
2. Гришина Е. Е. Механизмы стимулирования результативности работы государственных и муниципальных служащих.
3. Капица С. И. Коучинг Как новая эффективная социальная технология формирования трудовой мотивации и корпоративного поведения сотрудников современных организаций.
4. Караваев В. А. Потенциал позитивной мотивации в формировании человеческого капитала организации.

## Методы и системы управления временем

Дмитриевская Влада Александровна, студент;  
Гигаури Майя Несторовна, студент  
Дальневосточный федеральный университет

Сейчас попробуем дать практические советы, инструменты и навыки, для того чтобы вы смогли улучшить управление вашим временем. Тайм-менеджмент начинается с решения измениться. Управление временем, основным должно быть то, как вы фокусируетесь на действии. Вы можете обучать других, а можете улучшить свое собственное управление временем посредством более эффективного планирования; приоритетов; делегирования; контроля среды; понимания самого себя, вы должны опре-

Для работников устанавливаются определенные стандарты. Когда сотрудники начинают выполнять свою работу, они знают зачем они приходят на свое рабочее место и они понимают, какая ответственность лежит на их плечах.

#### Ограничение управления по целям:

Управление по целям не является панацеей, лекарством от всех организационных проблем. Как и с другими методами, он также страдает некоторыми ограничениями, которые приведены ниже:

1. Установка несоизмеримых целей: Одна из проблем управления по целям это неясность проблем, поставленных руководством перед подчиненными для их достижения.
2. Требуется много времени: деятельность, участвующих в программе, требует: постановка целей, измерение прогресса, и обеспечение обратной связи, все это занимает очень много времени.
3. Решительная борьба: постановка задач перед подчиненными иногда превращается в борьбу в том смысле, что менеджер толкает своих подчиненных на более сложную работу, а подчиненные настаивают на менее сложной деятельности. Таким образом, цели установить затруднительно, а скорее всего, нереально.
4. Отсутствие доверия: программа, вероятно, будет неэффективной в условиях, когда управление имеет мало доверия к своим сотрудникам. Или, скажем, руководство принимает решения самодеятельно.

делить, что вы будете менять в ваших привычках, отношениях к тем или иным процессам.

Люди, которые говорят, что у них нет времени, они попросту не планируют, или не в состоянии защитить запланированное время. Если вы планируете, что делать и когда, а затем придерживаетесь этого, то у вас будет достаточно времени для выполнения всего намеченного.

Техники управления временем, инструменты и методы по управлению вашим временем.

Сейчас рассмотрим основное правило, которое поможет изменить управление вашим временем, оно вам поможет измениться больше, чем какое-то ни было другое. Если вы являетесь рабом системы вашей электронной почты, и особенно, если ваш компьютер настроен, чтобы уведомлять вас сразу после получения любой входящей электронной почты, то я настоятельно рекомендую вам сделать это простое изменение — это позволит значительно улучшить свой контроль над вашим временем. Выключите всплывающее окно или шум, который уведомляет вас, что у вас вам пришло сообщение. Для многих людей это является самым большим препятствием для успешного управления временем. Установите новую привычку проверять свою электронную почту в определенное время в тот же день, когда это имеет смысл для вас и бизнеса, чтобы сделать это — скажем, во-первых, когда вы садитесь за стол или начинаете работу, второй раз перед обедом. Вы должны решить, когда вы будете просматривать вашу электронную почту. Если ваша организация имеет политику, которая настаивает на том, чтобы вы постоянно прерывались для того, чтобы просмотреть входящие сообщения электронной почты, данная проблема является тормозом эффективности производительности труда на предприятиях в современном мире.

Будьте готовы внести радикальные изменения. Будьте изобретательны, чтобы найти и ввести различные способы ведения дел. Ваши собственные привычки будут кидать вам вызов, но именно это позволит вам диктовать самому себе, как грамотно распределять время, и уже никто не сможет вам диктовать, как правильно вы должны его использовать. Принцип Парето является простым способом для оптимальной точки оценки, куда вам в данный момент необходимо направить свое время, и для определения того, где ваше время может быть лучше использовано.

Вам необходимо думать о том, как вы в настоящее время проводите свое время. Если вы не знаете, то вам необходимо вести журнал времени в течение дня или двух. Запишите все, что вы делаете в течение этого времени, а потом посмотрите и проанализируйте, куда именно вы попусту потратили драгоценные минуты. Вы будете поражены тем, сколько времени вы были бы в рабочем состоянии, сколько дел вы смогли бы совершить, если бы не тратили это время на постоянные перерывы и на пустые разговоры.

Просмотрите свои действия с точки зрения ваших краткосрочных и долгосрочных целей, и соответствующим образом расставьте приоритеты вашей деятельности. В частности, планируйте время на подготовку и творческое мышление в своем дневнике, потому что вы нуждаетесь в этом. Если вы не планируете, вы никогда не будете делать это.

Используйте дневник, и планировщик для определения, когда и что вам необходимо делать, периодически просматривайте его, и попытайтесь придерживаться его.

Если вы подвержены различным требованиям и просьбам от других в вашей организации, и должны пе-

рестраивать свои ожидания относительно вашей доступности и их претензиям на ваше время, вы должны создать еженедельный график, показывающий ваши запланированные мероприятия и временные интервалы для всего, что вы делаете. Это жизненно важный инструмент, помогающий вам объяснить и обосновать другим, почему вы должны уделять первостепенное внимание себе.

Управление временем, пример расписания задач и деятельности.

Используйте простой еженедельный планировщик для управления и защиты ваших запланированных мероприятий. Вы будете управлять своим временем, управляя деятельностью — это означает, что вы защищаете временных интервалов, которые вы планируете для ваших задач. Тайм-менеджмент в основном зависит от деятельности по планированию на временных интервалы, а затем защита вашей деятельности, будь то от других людей или своих собственных отвлекающих факторов.

Другие советы по управлению временем.

Когда вы сталкиваетесь с множеством задач, которые стоят перед вами, то вам необходимо составить список того, что вам нужно сделать, более того, вам необходимы временные конкретный срок к которому вы должны сделать все намеченное. После этого вы должны выполнять все задачи определенно по пунктам только один раз. Не при каких обстоятельствах начинать работу несколько раз.

Будьте абсолютно уверены в том, что вы отвели достаточно времени для выполнения той иной. Когда вы наглядно увидите, сколько и на что вы его тратите, вы заметите сколько драгоценного времени тратится впустую. Возьмите это под контроль. Если у вас есть еженедельный график вашей деятельности вы будете иметь возможность контролировать время, отведенное для ваших задач.

Вам необходимо обустроить вашу среду, макеты, ИТ-оборудования и т.д., и для повышения эффективности вашей деятельности. Держите ваше рабочее место в порядке, а именно: документы, храните их в папках, не устраивайте хаос.

Научитесь говорить «нет», вежливо и конструктивно. Будьте осторожны в принятии важных решений. Если вам трудно сказать «Нет», вы можете объяснить это с помощью бизнес-причины, чтобы оправдать свою позицию, например: «Я понимаю, что это актуально для вас, но у меня есть другие приоритеты, мне нужно думать прежде всего о процветании моего бизнеса — я предпочел бы согласовать реалистичный срок с вами, чем тот, за который мне будет сложно нести ответственность». И показать людям свой график, который обосновывает и доказывает, как именно вы расставили приоритеты.

Время подготовки кадров по управлению.

Особенно хорошие меры по совершенствованию управления временем может быть достигнуто с небольшими группами — содержащих коллег из одной рабочей группы.

Малые размеры групп и коротких сессий, до двух часов каждый, позволяют достигнуть хорошего эффекта именно практической направленности, которая ориентирована на конкретные результаты. За две недели сеансы позволяют последующей определить последующих действий и выявить какие-то изменения.

Это займет некоторое время, для того чтобы изменить управление временем — на постоянной последующей деятельности это будет критически. Делегаты помогают групповой дискуссии по вопросам управления временем, причины и личные трудности в осуществлении изменений и контроля, что также позволяет тренеру определить практические улучшения.

Тренинг по управлению временем работает, когда люди могут исследовать и разрабатывать решения для своих практических вопросов — выявлять проблемы, разрабатывать различные решения, соглашаются на перемены, а также организуют поддержку (внутри команды, а также и от менеджеров).

Еженедельный график вашей деятельности — образец инструмента управления временем.

Литература:

1. Максимальная концентрация. Люси Джо Палладино.
2. Легкий способ перестать откладывать дела на потом. Нейл Фьоре.
3. Результативный тайм-менеджмент. Б. Трейси.
4. Тайм-драйв. Как успеть жить и работать. Г. Архангельский.
5. Жесткий тайм-менеджмент: возьми свою жизнь под контроль. Д. Кеннеди.

## Государственный механизм борьбы с фирмами-однодневками

Дутко Евгений Петрович, студент

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса

**П**роблема существования в нашей стране огромного массива фирм-однодневок стоит наиболее актуально в связи с причиняемым ими значительным уроном как обществу в целом, так и третьим лицам. Особенно актуальна данная проблема в текущих условиях: спад экономики, международные санкции стран Европейского Союза и США, падение цен на нефть. Государству приходится искать дополнительные источники доходов. А налоговые поступления в бюджет — один из основных источников доходов государства.

Число юридических лиц, потенциально являющихся «фирмами-однодневками», на начало 2015 г. составляло около 1 млн. При этом общее число коммерческих компаний составляет в России более 4,1 млн. Т. е. четверть компаний, зарегистрированных в нашей стране, не то, что не приносит реальный вклад в экономику и не платит налогов, так еще и является частью преступных схем по выводу денег, уходу от уплаты налогов и т. д.

Вам необходимо правильно распределять ваше время, в этом хорошим помощником выступает еженедельный график, который помогает планировать время, для того чтобы постоянно уметь контролировать ситуацию, а главное для того, чтобы все запланированные дела были завершены в срок.

Вы будете знать, сколько времени вы потратите для непредвиденных ситуаций, поэтому планируйте временные интервалы, чтобы приспособить их. Планирование временных интервалов, для того чтобы проверить электронную почту и почту, но не затягивайте с этим делом надолго. План и график — необходимые вещи в планировании, именно благодаря им вы сможете убить двух зайцев. Подумайте о том, как лучше всего использовать обеденное время — и ни в коем случае вы не должны продолжать работать, возьмите перерыв, а потом поработайте как следует. После того как вы создали свой первый еженедельный график активности, вам будет легко в дальнейшем, поскольку многие пункты будут повторяться. Вы также заметите, что ежемесячны тоже. Чем выше ваша роль, тем больше вам необходимо нужно планировать.

Фирмы-однодневки появились на российской деловой арене в начале девяностых годов. В последнее десятилетие термин «фирма-однодневка» получил большую популярность и признание на государственном уровне, перейдя из рабочего лексикона в Концепцию долгосрочного социально-экономического развития РФ на период до 2020 г., а затем и в Концепцию развития гражданского законодательства РФ.

Законодательно закрепленного термина «фирма-однодневка» на сегодняшний день не существует. Однако законодательно закреплены другие термины, тесно связанные с данным термином: «лжепредпринимательство» и «отсутствующий должник». Но ни один из приведенных терминов, закрепленных законодательством, в полной мере не отражает сути фирм-однодневок.

Фирма-однодневка — это жаргонный термин для организаций, созданных исключительно с целью уклонения

от уплаты налогов и/или мошеннических операций. Эти фирмы отвечают 4 основным признакам:

- 1) учредителем значится либо умерший человек, либо лицо, волеизъявление которого было фиктивным (регистрация по утерянному или похищенному паспорту, по паспорту лица, отбывающего наказание, связанного с лишением свободы и т. п.);
- 2) организация не находится по юридическому адресу, который к тому же может быть адресом так называемой «массовой регистрации»;
- 3) организация не платит налогов и не сдает отчетность, а если и сдает, то «нулевую»;
- 4) осуществляемые хозяйственные операции имеют «бумажный» характер, поскольку не связаны с реальным производственным процессом и движением товарно-материальных ценностей.

Все фирмы-однодневки можно условно разделить на несколько видов, в соответствии с целями их создания:

- фирмы для уклонения от уплаты налогов, получения налоговых вычетов и т. п., в том числе и через фирмы в оффшорных зонах;
- легализация доходов (отмывание денег);

— получение кредитов без намерения их возвращать.

На сегодняшний день существует только один механизм борьбы государства с «фирмами-однодневками»: налоговые органы разрабатывают реестр «недобросовестных налогоплательщиков» (ЮЛ-КПО), в который попадут фирмы, отвечающие хотя бы одному из 109 признаков «неблагонадежной фирмы». Соответственно, чем больше у фирмы таких признаков, тем выше шанс, что ее тщательно проверят. Все признаки можно разделить на две группы. Фирмы, которые только регистрируются, вызовут сомнения налоговых служащих по 32 основным признакам. Вторую группу составляют 77 признаков, которые обнаруживаются на стадии налогового контроля.

Схематично процедура работы налоговых органов с «фирмами-однодневками» представлена на рисунке.

Процесс ликвидации выявленной «фирмы-однодневки» может проводиться двумя способами:

1. Ликвидация, минуя судебный порядок, или административная ликвидация — такая ликвидация возможна в случаях, когда юридическое лицо не имеет задолженности по налогам, сборам, пеням и санкциям перед бюджетами разных уровней.



2. Ликвидация через процедуру банкротства отсутствующего должника — проводится при наличии возможности обнаружения у должника имущества, за счет которого могут быть покрыты долги, либо за счет средств, выделенных на финансирование деятельности уполномоченного органа при осуществлении процедур банкротства. Данный вид ликвидации фиктивных предприятий наносит тройной ущерб государству: в размере сокрытых налогов за период «деятельности» «однодневки» и неуплаченных по итогам ее «деятельности»; в размере средств, потраченных на финансирование процедуры банкротства отсутствующего долж-

ника; неэффективная борьба с «фирмами-однодневками», в ходе которой даже выявленные фирмы продолжают свое существование.

Так, в соответствии с законодательством, должен выглядеть процесс борьбы с «фирмами-однодневками» через ФНС. Очевидно, что существующий механизм неэффективен в текущих условиях. Для повышения эффективности борьбы с «фирмами-однодневками», необходимо:

- 1) ввести законодательно определение термина «фирмы-однодневки», т. к. нельзя бороться против того, чему нет определения;

- 2) увеличение размера уставного капитала при регистрации юридического лица;
  - 3) введение материальной ответственности учредителей (руководителей). Но ответственность должна наступать только в случаях, если будет доказано, что фирма является «однодневкой».
  - 4) изменение процесса подачи документов для регистрации юридического лица. Такое изменение, как личная подача документов учредителем или будущим директором, предоставит возможность, во-первых, лично познакомиться налоговому инспектору, принимающему документы, с представителем будущего юридического лица, во-вторых, задав несколько вопросов, убедиться в намерениях данного лица, убедиться в его намерениях действительно вести предпринимательскую деятельность;
  - 5) ликвидация недействующих юридических лиц, минуя судебный порядок;
  - 6) изменения в работе ИФНС, а именно, создание специализированного отдела, чье задачей будет выявление фиктивных организаций и предотвращение их регистрации.
- Таким образом, предложенные изменения позволят повысить эффективность по предупреждению создания «фирм-однодневок», «очистить» российскую экономику от «некачественного» предпринимательства, а также сократить расходы на борьбу с «фирмами-однодневками».

#### Литература:

1. Баранова, А. Н. проблемы правового регулирования ликвидации фирм-однодневок/ Баранова А. Н. // Юридический мир. — 2009. — № 10. — С. 19–21.
2. Соловьев, И. Н. Преступные налоговые схемы и их выявление: учебное пособие/ Соловьев И. Н. — М.: Проспект, 2010. — 230 с.
3. Дораев, М. Фирмы-однодневки: борьба с ветряными мельницами/ Дораев М. // ЭЖ-Юрист. — 2011. — № 27. — С. 2.
4. Яценко, Т. Однодневки Forever/ Яценко Т. // эж-ЮРИСТ. — 2010. — № 22. — С. 7–14.
5. О порядке и условиях финансирования процедур банкротства отсутствующих должников: постановление Правительства РФ от 21 окт. 2004 г. № 573 // Рос. Газ. — 2004. — № 3617.
6. Высший арбитражный суд Российской Федерации [Электронный ресурс]. — Электрон. Дан. — Режим доступа: <http://www.arbitr.ru/>
7. Министерство финансов Российской Федерации [Электронный ресурс]. — Электрон. Дан. — Режим доступа: <http://www1.miNfiN.ru/>
8. Федеральная Налоговая служба России [Электронный ресурс]. — Электрон. Дан. — Режим доступа: <http://www.Nalog.ru/>

## Разработка имиджевых мероприятий для гостиницы

Дядюхно Виктория Олеговна, менеджер  
Гостиница «Виктория» (г. Находка)

*Данная статья посвящена актуальным вопросам формирования имиджа гостиничного предприятия. Проведенное исследование позволяет утверждать, что негативный имидж может привести к потере занимаемой ниши рынка и утрате репутации в глазах клиентов услуг гостиницы*

**Ключевые слова:** имидж, гостиница, отель, услуги, реклама, мероприятия, клиент, интерьер

## Development of image events for the Goodies

Daduhe Viktoriia Olegovna

*This article is devoted to topical issues of forming the image of the hotel enterprise. The study suggests that a negative image can result in the loss of occupied a niche market and loss of reputation in the eyes of the clients of the hotel*

**Key words:** image, hotel, hotel services, advertising, events, client, interior

Деятельность по созданию благоприятного имиджа гостиничного предприятия это не одно или несколько мероприятий, это целая система деятельности. В итоге имидж

гостиничного предприятия определяется историей отеля, ценой, качеством, доступностью услуг, рекламой. И это уже сфера работы маркетолога.



Конечно имидж не может повлиять на качество услуг, их ценообразование, равно как не может для весомости говорить о давних традициях отеля, который построен совсем недавно [1]. Тем не менее, проблема благоприятного имиджа гостиничного предприятия очень зависит от грамотной работы маркетологов, так как реклама изначально используется для представления гостиницы потенциальным клиентам.

Принципами имиджа отеля являются:

- неизменность реквизитов гостиницы (адреса, телефона, сайта);
- единая форма работы с гостями и партнерами;
- неизменность — это соблюдение с течением времени одного выбранного фирменного стиля [2].

Имидж конкурентоспособного отеля направлен, прежде всего на:

- мероприятия, поддерживающие имидж, который мотивирует работников на эффективности труда и повышение качества услуг;
- создание благоприятного впечатления на рынке услуг, соответствующего тому, как отель себя позиционирует;
- узнаваемость отеля по любому его проявлению во внешней среде.

Формирование имиджа гостиничных услуг недостаточно просто связать с продвижением потребительских свойств таких услуги, так как они неосознаны и других только присутствующих им особых качеств, но данный процесс имеет ярко выраженную специфику [3].

Данная специфика проявляется, в том, что гостиничное предприятие может задействовать самые активно влияющие на потребительское восприятие составляющие реального процесса обслуживания клиентов только в ходе самого процесса обслуживания. А до начала имидж ресторанных и гостиничных услуг в сознании клиента формируется под воздействием косвенных факторов (состава технологического оборудования, внешнего вида работающих там сотрудников и самой гостиницы), и также на основании другой информации, которая предвещает процедуру оказания гостиничной услуги. В значительной мере имидж гостиницы формируется с помощью рекламы.

Клиенты очень чутко реагируют на наличие в реализуемых гостиничных услугах осязаемых элементов, помогающих оценить потенциальное качество обслуживания гостиницы [4].

К этим элементам относят:

- контингент гостей, пользующихся услугами данной гостиницы;
- оформление интерьера (особенно актуально для ресторанных и гостиничных услуг);
- внешний вид управляющего гостиницы и ее работников;
- системы коммуникаций;
- возможные система бонусов и скидки;
- уровень используемых расходных материалов и оргтехники;

— наличие и виды технологического гостиничного оборудования [1].

На данный момент известны 10 правил, которые могут создать благоприятный имидж гостиничного предприятия.

1. Проведение мониторинга отзывов в Интернете о гостинице.
2. Привлекать и информировать сотрудников.
3. Быть проактивными.
4. Убеждать удовлетворенных клиентов писать отзывы.
5. Анализировать / улучшать.
6. Использовать отзывы гостей.
7. Помнить, что отзывы могут оказывать большое влияние.
8. Автоматизировать сбор информации.
9. Добавить виджеты.
10. Участвовать в дискуссиях на форумах, в блогах, социальных сетях [2].

В формировании имиджа гостиничного предприятия, участвуют все виды рекламы и PR, здесь главное средство поддержания и создания образа гостиницы — это фирменный стиль, который стоит очень дорого.

Фирменный стиль — это набор цветовых, графических, словесных, типографических, дизайнерских постоянных элементов, обеспечивающих визуальное и смысловое единство товаров (услуг), всей исходящей от фирмы информации, ее внутреннего и внешнего оформления [3].

Таким образом, имидж гостиницы состоит из разных элементов, которые, чтобы эффективно функционировать, должны быть единым целым. Немаловажную роль при этом имеет внутренний имидж отеля, т. е. образ-представление и отношение, которые сложились в среде работников. Деятельность по формированию внутреннего имиджа гостиницы очень сложна. Она направлена на формирование определенных настроений, чувств, отношений. Пренебрегать ей экономически нецелесообразно и неразумно.

Среди главных задач, связанных с созданием внутреннего имиджа отеля, можно выделить следующие:

- эффективная система внутрикорпоративной коммуникации);
- формирование организационной культуры (продвижение и определение во внутренней среде основных ценностей организации);
- поддержание и создание благоприятного социально — психологического климата (взаимоотношений в коллективе) [5].

Таким образом, анализ ситуации на рынке гостиничных услуг позволяет сделать вывод о том, что конкурентная борьба сейчас в основном ведется не между гостиницами, а между их имиджами. Имидж отеля должен соответствовать реально существующему образу, отличаться от образов других гостиниц, быть динамичным, чтобы не устаревать и не выходить из моды, и в то же время казаться неизменным. Имидж гостиницы должен быть эффективным и привлекательным для всех гостей.

## Литература:

1. Орлова Д. И. Основные тенденции развития индустрии гостеприимства России / Д. И. Орлова // Экономика и современный менеджмент: теория и практика. — 2015. — № 49. — С. 41–47.
2. Сидорина Т. В. Метод оценки имиджа организации / Т. В. Сидорина // Наука в современном мире: приоритеты развития. — 2016. — № 1 (2). — С. 116–118.
3. Макиенко А. Л., Харитонов Н. В. Бренд отеля и его значение в формировании позитивного имиджа (на примере «Hilton Garden Inn Perm») / А. Л. Макиенко А. Л., Харитонов Н. В. В сборнике: География и туризм. Сборник научных трудов. Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Пермский государственный национальный исследовательский университет». — Пермь, 2014. С. 141–149.
4. Киселёв М. А. Психолого – педагогические основы формирования имиджа менеджеров гостеприимства / М. А. Киселёв // Образование. Наука. Научные кадры. — 2011. — № 3. — С. 87–90.
5. Хаялеева Э. М. Имидж как фактор конкурентоспособности гостиничного предприятия / Э. М. Хаялеева // В сборнике: Россия молодая Сборник материалов VII Всероссийской научно-практической конференции молодых ученых с международным участием. 2015.



# Молодой ученый

Международный научный журнал  
Выходит два раза в месяц

№ 11 (115) / 2016

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ:

**Главный редактор:**

Ахметов И. Г.

**Члены редакционной коллегии:**

Ахметова М. Н.  
Иванова Ю. В.  
Каленский А. В.  
Куташов В. А.  
Лактионов К. С.  
Сараева Н. М.  
Абдрасилов Т. К.  
Авдеюк О. А.  
Айдаров О. Т.  
Алиева Т. И.  
Ахметова В. В.  
Брезгин В. С.  
Данилов О. Е.  
Дёмин А. В.  
Дядюн К. В.  
Желнова К. В.  
Жуйкова Т. П.  
Жураев Х. О.  
Игнатова М. А.  
Калдыбай К. К.  
Кенесов А. А.  
Коварда В. В.  
Комогорцев М. Г.  
Котляров А. В.  
Кузьмина В. М.  
Кучерявенко С. А.  
Лескова Е. В.  
Макеева И. А.  
Матвиенко Е. В.  
Матроскина Т. В.  
Матусевич М. С.  
Мусаева У. А.  
Насимов М. О.  
Паридинова Б. Ж.  
Прончев Г. Б.  
Семахин А. М.  
Сенцов А. Э.  
Сенюшкин Н. С.  
Титова Е. И.  
Ткаченко И. Г.

Фозилов С. Ф.

Яхина А. С.

Ячинова С. Н.

**Международный редакционный совет:**

Айрян З. Г. (Армения)  
Арошидзе П. Л. (Грузия)  
Атаев З. В. (Россия)  
Ахмеденов К. М. (Казахстан)  
Бидова Б. Б. (Россия)  
Борисов В. В. (Украина)  
Велковска Г. Ц. (Болгария)  
Гайич Т. (Сербия)  
Данатаров А. (Туркменистан)  
Данилов А. М. (Россия)  
Демидов А. А. (Россия)  
Досманбетова З. Р. (Казахстан)  
Ешнев А. М. (Кыргызстан)  
Жолдошев С. Т. (Кыргызстан)  
Игисинов Н. С. (Казахстан)  
Кадыров К. Б. (Узбекистан)  
Кайгородов И. Б. (Бразилия)  
Каленский А. В. (Россия)  
Козырева О. А. (Россия)  
Колпак Е. П. (Россия)  
Куташов В. А. (Россия)  
Лю Цзюань (Китай)  
Малес Л. В. (Украина)  
Нагервадзе М. А. (Грузия)  
Прокопьев Н. Я. (Россия)  
Прокофьева М. А. (Казахстан)  
Рахматуллин Р. Ю. (Россия)  
Ребезов М. Б. (Россия)  
Сорока Ю. Г. (Украина)  
Узаков Г. Н. (Узбекистан)  
Хоналиев Н. Х. (Таджикистан)  
Хоссейни А. (Иран)  
Шарипов А. К. (Казахстан)

**Руководитель редакционного отдела:** Кайнова Г. А.

**Ответственные редакторы:** Осянина Е. И., Вейса Л. Н.

**Художник:** Шишков Е. А.

**Верстка:** Бурьянов П. Я., Голубцов М. В., Майер О. В.

Статьи, поступающие в редакцию, рецензируются.

За достоверность сведений, изложенных в статьях, ответственность несут авторы.

Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов материалов.

При перепечатке ссылка на журнал обязательна.

Материалы публикуются в авторской редакции.

**АДРЕС РЕДАКЦИИ:**

**почтовый:** 420126, г. Казань, ул. Амирхана, 10а, а/я 231;

**фактический:** 420029, г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, д. 25.

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

**Учредитель и издатель:**

ООО «Издательство Молодой ученый»

ISSN 2072-0297

Подписано в печать 26.06.2016. Тираж 500 экз.

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